



HAL
open science

Défis et Résilience dans l'Entrepreneuriat Féminin au Mali : Barrières socio-économiques et stratégies de survie

Etienne Fakaba Sissoko, Abdoulaye N'Tigui Konare, Ousmane Mariko

► To cite this version:

Etienne Fakaba Sissoko, Abdoulaye N'Tigui Konare, Ousmane Mariko. Défis et Résilience dans l'Entrepreneuriat Féminin au Mali : Barrières socio-économiques et stratégies de survie. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 2024, 5 (3), pp.37-59. 10.5281/zenodo.10798982 . hal-04511932

HAL Id: hal-04511932

<https://hal.science/hal-04511932>

Submitted on 19 Mar 2024

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.

Public Domain

Défis et Résilience dans l'Entrepreneuriat Féminin au Mali : Barrières socio-économiques et stratégies de survie

Challenges and Resilience in Female Entrepreneurship in Mali: Socio-Economic Barriers and Survival Strategies

Etienne Fakaba SISSOKO, (Docteur en Macroéconomie Internationale)

Centre de Recherche et d'Analyses Politiques, Économiques et Sociales (CRAPES)

Faculté des Sciences Économiques et de Gestion de Bamako (FSEG)

Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB), Mali

Abdoulaye N'Tigui KONARE, (Docteur en Sciences Économiques)

Laboratoire de Recherche en Économie Appliquée au Développement (L-READ) ;

Faculté des Sciences Économiques et Sociales de Bamako (FSEG)

Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB), Mali

Ousmane MARIKO, (Docteur en Sciences Économiques)

Centre de Recherche en Économie de Grenoble, France.

Centre Universitaire de Recherche Économique et Sociale de Bamako

Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB)

Faculté des Sciences Économiques et de Gestion de Bamako (FSEG), Mali

Adresse de correspondance :	Campus Universitaire de Badalabougou, FSEG
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	SISSOKO, E. F., KONARE, A. N. T., & MARIKO, O. (2024). Défis et Résilience dans l'Entrepreneuriat Féminin au Mali : Barrières socio-économiques et stratégies de survie. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 5(3), 37-59. https://doi.org/10.5281/zenodo.10798982
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: February 04, 2024

Accepted: March 08, 2024

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 5, Issue 3 (2023)

Défis et Résilience dans l'Entrepreneuriat Féminin au Mali : Barrières socio-économiques et stratégies de survie

Résumé

Cette étude examine l'entrepreneuriat féminin au Mali, un contexte caractérisé par des défis socio-économiques complexes et changeants. Elle analyse en profondeur les difficultés uniques auxquelles les entrepreneures maliennes sont confrontées et leurs stratégies de résilience. Utilisant une méthode mixte, l'étude combine analyses qualitatives et quantitatives, avec des entretiens menés auprès de 120 entrepreneures. Cela permet de saisir à la fois les tendances globales et les expériences personnelles.

Les résultats montrent que, malgré des obstacles tels que l'accès limité au financement, les défis de marketing et de communication, et la conciliation entre responsabilités professionnelles et familiales, ces femmes jouent un rôle crucial, mais souvent sous-évalué dans l'économie malienne. Leur adaptabilité se manifeste par la diversification des activités et l'innovation.

L'analyse met également en lumière l'impact des crises politiques et économiques, y compris une inflation notable, sur l'entrepreneuriat féminin. Les politiques de soutien existantes sont freinées par des problématiques bureaucratiques et un manque de coordination interinstitutionnelle. Le cadre théorique s'appuie sur des notions telles que l'empowerment féminin, le capital social, et les rôles de genre pour mieux comprendre ces expériences. L'étude enrichit la littérature existante en se focalisant sur un contexte africain souvent négligé, approfondissant ainsi la compréhension de l'entrepreneuriat féminin. Elle souligne l'importance pour les décideurs politiques de reconnaître et soutenir l'entrepreneuriat féminin et encourage les gestionnaires à adopter des pratiques inclusives. Des politiques publiques et des programmes ciblés sont essentiels pour surmonter les défis et maximiser le potentiel des entrepreneures maliennes. En conclusion, cette recherche offre des insights précieux sur les complexités et la dynamique de l'entrepreneuriat féminin au Mali, mettant en évidence la nécessité de soutenir ces femmes entrepreneures, contributrices significatives à leur société et à l'économie.

Mots Clés : Entrepreneuriat ; Féminin ; Résilience ; Mali ; Secteur informel.

Classification JEL : J16 ; O17 ; M13 ; O55 ; G32

Type de l'article : Article empirique

Abstract

This study delves into female entrepreneurship in Mali, a context defined by complex and shifting socio-economic challenges. It thoroughly investigates the unique difficulties faced by Malian female entrepreneurs and their resilience strategies. Employing a mixed-method approach, the study combines qualitative and quantitative analyses, conducting interviews with 120 entrepreneurs. This allows for an understanding of both overarching trends and individual experiences.

The findings reveal that, despite hurdles such as limited access to financing, marketing and communication challenges, and balancing professional and family responsibilities, these women play a vital yet often undervalued role in Mali's economy. Their adaptability is evident in their activity diversification and innovation.

The analysis also highlights the impact of political and economic crises, including significant inflation, on female entrepreneurship. Existing supportive policies are hindered by bureaucratic issues and a lack of inter-institutional coordination. The theoretical framework draws on concepts such as female empowerment, social capital, and gender roles to better comprehend these experiences.

The study enriches existing literature by focusing on an often-overlooked African context, thereby deepening the understanding of female entrepreneurship. It underscores the importance for policymakers to recognize and actively support female entrepreneurship and encourages managers to adopt inclusive practices. Targeted public policies and programs are essential to overcome challenges and maximize the potential of Malian female entrepreneurs. In conclusion, this research offers valuable insights into the complexities and dynamics of female entrepreneurship in Mali, highlighting the need to support these women entrepreneurs, who are significant contributors to their society and economy.

Keywords: Entrepreneurship; Female; Resilience; Mali; Informal Sector.

Classification JEL : J16 ; O17 ; M13 ; O55 ; G32

Paper type : Empirical research

1. Introduction

Dans un Mali marqué par une conjoncture difficile et fluctuante, l'entrepreneuriat féminin émerge comme un secteur clé du développement économique et social, malgré une reconnaissance et une exploration insuffisante dans la littérature académique des sciences de gestion. Depuis 2020, le pays a été confronté à une série de défis majeurs, dont la pandémie de COVID-19, des crises sécuritaires et politiques marquées par deux coups d'État, des sanctions économiques, une diminution sans précédent des investissements (seulement 7% du budget national en 2023), des tensions persistantes avec la communauté internationale, et un défi de démocratisation (Sissoko, EF, 2023). Cette période a également été caractérisée par une inflation notable, atteignant 9,7% en 2022, illustrant la volatilité du contexte économique malien (Banque Mondiale, 2022).

L'entrepreneuriat féminin au Mali, en dépit de ces adversités, joue un rôle crucial, mais sous-évalué dans l'économie nationale. Les femmes entrepreneures, souvent confinées à de petites entreprises dans le secteur informel, notamment dans l'agroalimentaire et le commerce général, sont confrontées à des défis substantiels tels que l'accès limité au financement et des problèmes de marketing et de communication, en plus de la difficile conciliation des responsabilités professionnelles et familiales (Dolo et al., 2022 ; Sissoko E.F., 2023).

Cette recherche se propose d'examiner de manière approfondie ces dynamiques, en se posant les questions suivantes :

Quelles sont les caractéristiques et les défis spécifiques auxquels les femmes entrepreneures au Mali sont confrontées ? Comment parviennent-elles à surmonter ces obstacles ? Quel est l'impact réel de l'entrepreneuriat féminin sur l'économie malienne ?

L'objectif est de fournir une analyse détaillée et contextualisée de l'état actuel de l'entrepreneuriat féminin au Mali, en mettant en lumière les stratégies de résilience et d'adaptation développées par ces femmes dans un environnement entrepreneurial complexe.

Pour ce faire, l'étude adopte une méthodologie mixte, combinant des approches qualitatives et quantitatives. Elle s'appuie sur des données quantitatives, y compris des données secondaires fournies par le ministère de l'Économie et des Finances, le ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille, ainsi que des données de la Banque Mondiale et de l'enquête EMOP 2022 du Mali. Ces données sont complétées par des entretiens qualitatifs avec un échantillon de 120 femmes entrepreneures, offrant une perspective riche et nuancée sur leurs expériences et perceptions.

L'article est structuré comme suit : Après cette introduction, nous examinerons le contexte politique, économique et social du Mali et son impact sur l'entrepreneuriat féminin. Nous explorerons ensuite le cadre théorique et la revue de la littérature, avant de formuler les hypothèses de recherche. La méthodologie sera détaillée, suivie de la présentation et de la discussion des résultats. Nous aborderons ensuite les implications politiques et managériales, les limites de l'étude, avant de conclure avec un résumé des découvertes clés et des perspectives pour des recherches futures.

Cette étude vise à enrichir la compréhension académique de l'entrepreneuriat féminin au Mali et à informer les politiques et pratiques destinées à soutenir et développer ce secteur vital, souvent négligé, mais essentiel à l'économie malienne.

2. Contexte politique, économique et social

2.1. Situation économique actuelle au Mali

La situation économique actuelle du Mali, un pays enclavé d'Afrique de l'Ouest, est marquée par des défis économiques multidimensionnels, exacerbés par des crises politiques et

sécuritaires persistantes. En 2020, la pandémie de COVID-19 a considérablement ralenti l'activité économique, affectant principalement les petites et moyennes entreprises et révélant la vulnérabilité du tissu économique malien (Banque Mondiale, 2022).

L'inflation, un indicateur clé de la santé économique, a atteint 9,7% en 2022, soulignant l'impact sur le pouvoir d'achat et sur la stabilité des opérations commerciales (Banque Mondiale, 2023). Cette inflation élevée peut être attribuée à divers facteurs, notamment les perturbations des chaînes d'approvisionnement mondial et les fluctuations des prix des produits de base.

Le Produit Intérieur Brut (PIB) du Mali a connu une certaine reprise post-COVID-19, bien que cette reprise demeure fragile et sujette aux aléas des tensions politiques et de l'insécurité persistante dans le pays (FMI, 2023). Selon le Fonds Monétaire International (FMI, 2021), le PIB du Mali a enregistré une croissance modérée, mais cette croissance reste inférieure aux niveaux pré-pandémiques (5% en moyenne), reflétant la lenteur de la reprise économique.

En outre, le taux de chômage et de sous-emploi reste élevé, particulièrement chez les jeunes et les femmes, ce qui pose un défi significatif pour l'économie malienne et pour l'entrepreneuriat féminin en particulier (Banque Africaine de Développement, 2020). Cette situation de l'emploi exacerbe les problèmes d'accès au marché du travail et limite les opportunités d'entrepreneuriat, surtout dans un contexte où les femmes entrepreneures font déjà face à des obstacles structurels et socioculturels.

Le Mali, en tant que pays en développement, dépend fortement de l'agriculture, qui représente environ 40% du PIB et emploie 80% de la population active. Cependant, le secteur agricole est vulnérable aux variations climatiques et aux problèmes de durabilité, ce qui a un impact direct sur la sécurité alimentaire et sur les revenus des ménages ruraux (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, 2021).

L'investissement étranger direct (IDE) au Mali a également connu des fluctuations, influencé par la perception du risque politique et sécuritaire. Ces fluctuations de l'IDE ont des implications directes sur le développement des infrastructures et des industries, essentiels pour stimuler la croissance économique et l'entrepreneuriat (Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, 2021).

On le voit bien, bien que le Mali présente des signes de reprise économique, les défis persistants liés à la stabilité politique, à la sécurité, et aux conditions socio-économiques continuent d'affecter le potentiel de croissance et le développement de l'entrepreneuriat féminin. Une approche stratégique, impliquant à la fois des réformes politiques et des investissements ciblés, est nécessaire pour améliorer le climat économique et faciliter l'autonomisation économique des femmes maliennes.

2.2. Politiques en faveur de l'entrepreneuriat féminin

En dépit des défis économiques et sociaux rencontrés, le Mali a vu l'émergence de plusieurs initiatives, tant gouvernementales qu'internationales, destinées à soutenir l'entrepreneuriat féminin. Le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) a joué un rôle déterminant à travers son initiative "En première ligne", laquelle vise à renforcer les capacités des entreprises féminines, en facilitant notamment l'accès au financement et en offrant des formations adaptées (PNUD, 2022). Toutefois, malgré leur importance, ces programmes rencontrent des difficultés liées à la limitation des ressources disponibles et à des problèmes d'accessibilité, en particulier dans les zones rurales et éloignées.

Parallèlement, le gouvernement malien a pris des mesures proactives pour promouvoir la croissance des petites et moyennes entreprises (PME), en incluant spécifiquement celles dirigées par des femmes. Ces politiques visent à créer un environnement favorable à l'entrepreneuriat féminin, en reconnaissant son rôle crucial dans le développement économique du pays. Cependant, l'efficacité de ces politiques est souvent compromise par des défis bureaucratiques et par un manque de coordination entre les diverses institutions

gouvernementales, ce qui entrave leur mise en œuvre effective (Ministère de l'Économie et des Finances, 2022).

En outre, il convient de noter que les mesures de soutien à l'entrepreneuriat féminin doivent également tenir compte des spécificités culturelles et des barrières sociétales. En effet, les femmes entrepreneures au Mali sont souvent confrontées à des défis uniques, liés à des stéréotypes de genre et à des normes sociales qui limitent leur accès aux ressources et aux opportunités (Organisation Internationale du Travail, 2021). Ainsi, une approche holistique, qui intègre des mesures de sensibilisation et d'encouragement de l'égalité de genre, est essentielle pour garantir le succès de ces politiques.

Dans ce contexte, il est primordial que les initiatives gouvernementales et internationales soient conçues de manière à répondre de façon efficace et durable aux besoins spécifiques des femmes entrepreneures maliennes. Ceci implique la mise en place de mécanismes de financement adaptés, la promotion de réseaux de soutien et de mentorat, et l'instauration de programmes de formation et de développement des compétences qui tiennent compte des réalités locales (Banque Africaine de Développement, 2022).

Bien que des efforts significatifs aient été entrepris pour soutenir l'entrepreneuriat féminin au Mali, il reste nécessaire d'adopter des stratégies plus intégrées et contextuellement adaptées. De telles stratégies devraient non seulement viser à surmonter les obstacles structurels, mais également à transformer les perceptions socioculturelles, afin de créer un environnement véritablement propice à l'épanouissement et au succès des femmes entrepreneures.

2.3. Dynamiques sociales et culturelles affectant l'entrepreneuriat féminin

La dimension sociale et culturelle joue un rôle crucial dans la configuration de l'entrepreneuriat féminin au Mali. Les normes socioculturelles, profondément ancrées, qui privilégient les rôles traditionnels attribués aux femmes, constituent un frein majeur à leur participation active dans l'économie formelle (ONG locale, 2023). Ces normes, souvent intériorisées dès le plus jeune âge, déterminent les attentes et les possibilités offertes aux femmes dans la société malienne.

L'entrepreneuriat, en tant que chemin vers l'autonomie financière et l'empowerment, se heurte à des obstacles tels que la difficulté d'accès aux réseaux professionnels et aux opportunités de mentorat. Ces défis sont exacerbés par la faible bancarisation, particulièrement prononcée parmi les femmes, ce qui restreint leur accès à des services financiers cruciaux pour le développement de leurs entreprises (Banque Mondiale, 2022). Cette situation est d'autant plus prégnante dans les régions rurales et éloignées, où les structures bancaires et les réseaux d'accompagnement sont moins développés.

Face à ces défis, plusieurs recommandations ont été émises pour améliorer le contexte de l'entrepreneuriat féminin au Mali. Un aspect fondamental est la nécessité d'adopter une approche plus inclusive dans l'élaboration des politiques publiques. Cela implique non seulement de reconnaître les spécificités de l'entrepreneuriat féminin, mais aussi de mettre en place des mesures concrètes pour faciliter leur accès aux ressources et aux opportunités (Sissoko & al., 2023).

La création de programmes spécifiques pour soutenir les femmes entrepreneures, en particulier dans les régions rurales et reculées, est également essentielle. Ces programmes devraient inclure des mécanismes de financement adaptés, des formations ciblées et un soutien à la création de réseaux professionnels. De plus, l'amélioration de l'accès aux services financiers est primordiale. Cela pourrait prendre la forme de solutions bancaires mobiles ou de microcrédits, adaptés aux réalités des femmes entrepreneures maliennes.

Enfin, il est impératif de mener des campagnes de sensibilisation pour changer les perceptions sociétales et encourager une participation plus égale des femmes dans l'économie. Ces campagnes devraient viser à déconstruire les stéréotypes de genre et à valoriser le rôle des femmes en tant qu'actrices économiques. La sensibilisation peut passer par l'éducation, les

médias et des initiatives communautaires, créant ainsi un environnement plus propice à l'épanouissement de l'entrepreneuriat féminin.

L'entrepreneuriat féminin au Mali semble donc être à la croisée des chemins entre tradition et modernité. Pour que les femmes puissent pleinement exploiter leur potentiel entrepreneurial, une approche holistique, qui aborde à la fois les aspects économiques, sociaux et culturels, est nécessaire. Cela implique un engagement collaboratif de la part des autorités gouvernementales, des institutions financières, des organisations de la société civile et de la communauté internationale.

3. Cadre Théorique et Revue de la littérature

3.1. Théories sur l'entrepreneuriat féminin

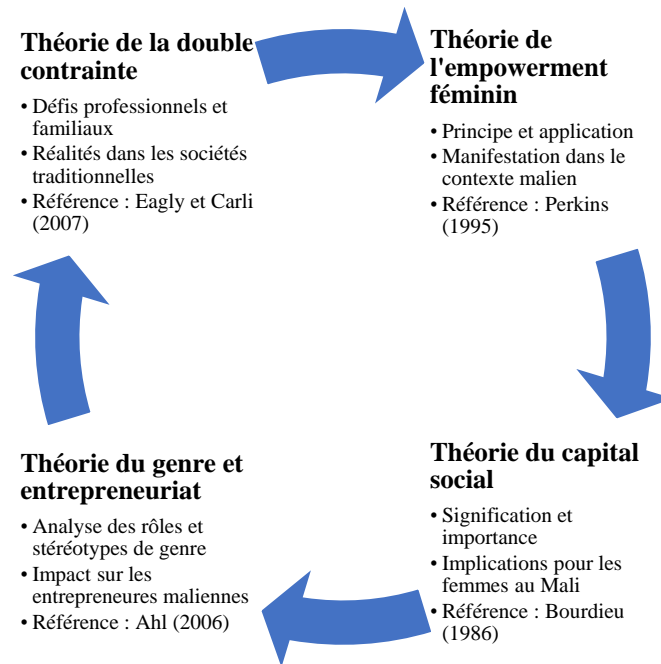
Cette section présente un aperçu approfondi des divers cadres théoriques qui éclairent la compréhension de l'entrepreneuriat féminin, particulièrement dans le contexte malien. Chaque théorie aborde un aspect différent, mais crucial de l'expérience entrepreneuriale des femmes, offrant un cadre holistique pour l'analyse et le soutien de leurs activités.

- **Théorie de l'empowerment féminin** : Selon Perkins (1995), l'entrepreneuriat se présente comme un vecteur puissant d'émancipation pour les femmes. Au Mali, cet empowerment se manifeste à travers la création d'entreprises par les femmes, défiant ainsi les obstacles traditionnels. Cette théorie souligne l'importance de l'autonomie et de l'affirmation de soi dans le parcours entrepreneurial féminin.
- **Théorie du capital social** : Bourdieu (1986) souligne l'importance cruciale des réseaux sociaux et des relations dans le succès entrepreneurial. Pour les femmes maliennes, la restriction de l'accès à ces réseaux essentiels représente un défi de taille, nécessitant des stratégies spécifiques pour développer leur capital social.
- **Théorie du genre et entrepreneuriat** : Cette approche, discutée par Ahl (2006), explore l'influence des rôles et stéréotypes de genre sur l'entrepreneuriat féminin. Au Mali, les femmes entrepreneures sont confrontées à des défis uniques en raison de ces perceptions de genre, particulièrement dans un contexte d'affaires dominé par les hommes.
- **Théorie de la double contrainte** : Eagly et Carli (2007) abordent la difficulté qu'ont les femmes à jongler entre leurs responsabilités professionnelles et familiales. Ce défi est souvent exacerbé dans les contextes sociaux où les rôles traditionnels des femmes sont fortement ancrés, comme c'est souvent le cas au Mali.
- **Impact des dynamiques familiales et des attentes sociétales** : Les travaux récents de Dewitt et al. (2023) démontrent comment les dynamiques familiales et les attentes sociétales influencent les choix de carrière des femmes. Cette perspective est particulièrement pertinente pour comprendre les multiples responsabilités que les femmes maliennes doivent souvent gérer.
- **Théorie de l'intersectionnalité** : Crenshaw (1989) met en évidence que les expériences des entrepreneures sont influencées par des intersections de genre, de classe, de race et d'autres identités sociales. Cette théorie est d'autant plus pertinente dans un contexte malien diversifié, où ces facteurs interagissent de manière complexe.

Pour soutenir efficacement l'entrepreneuriat féminin au Mali, il est essentiel d'adopter une approche qui reconnaît et aborde ces différentes dimensions. Les politiques de soutien doivent créer un environnement où les femmes ont accès à des ressources équitables et où leurs contributions économiques et sociales sont reconnues et valorisées. Cela implique le développement de politiques publiques inclusives, la création de programmes ciblés pour les femmes dans les régions rurales et isolées, et l'amélioration de l'accès aux services financiers et à la formation (Sissoko EF., 2023). Une telle approche holistique et sensible aux spécificités

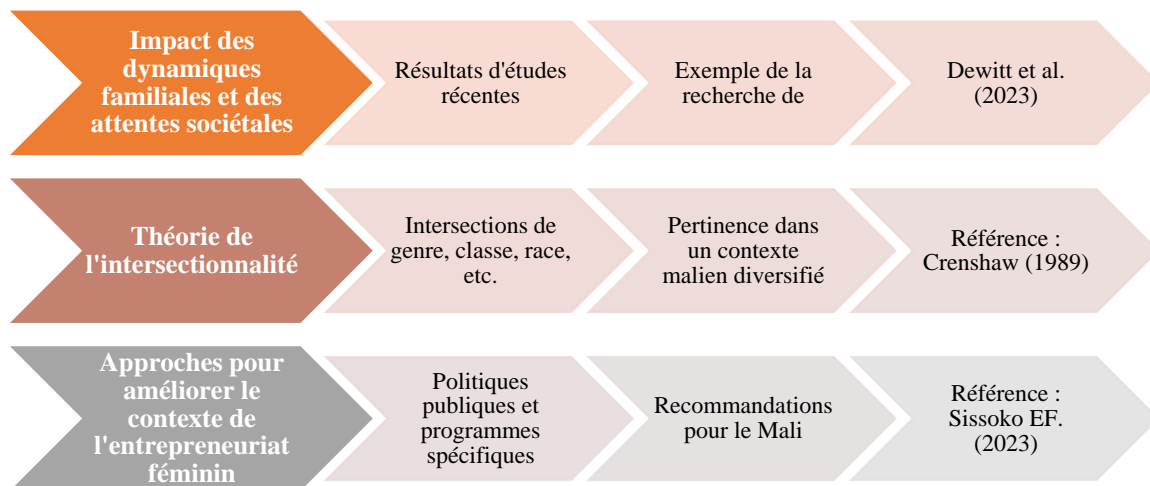
culturelles et sociales est cruciale pour élaborer des stratégies efficaces en faveur de l'entrepreneuriat féminin au Mali.

Figure 1 : Schéma conceptuel des théories mobilisées



Source : Auteurs, 2024

Figure 2 : Schéma conceptuel des théories mobilisées (suite)



Source : Auteurs, 2024

3.2. Revue de la littérature sur les défis et les stratégies des femmes entrepreneures

L'importance croissante de l'entrepreneuriat féminin dans le développement économique et social est largement reconnue, particulièrement dans les pays en développement où les femmes entrepreneures tendent à privilégier les micro-entreprises, adaptées aux spécificités régionales (Dolo et al., 2022). Ces dynamiques sont mises en évidence par des études mondiales, telles que celles de l'OCDE (2004) et Roland Berger et Women in Africa (2018), qui soulignent le

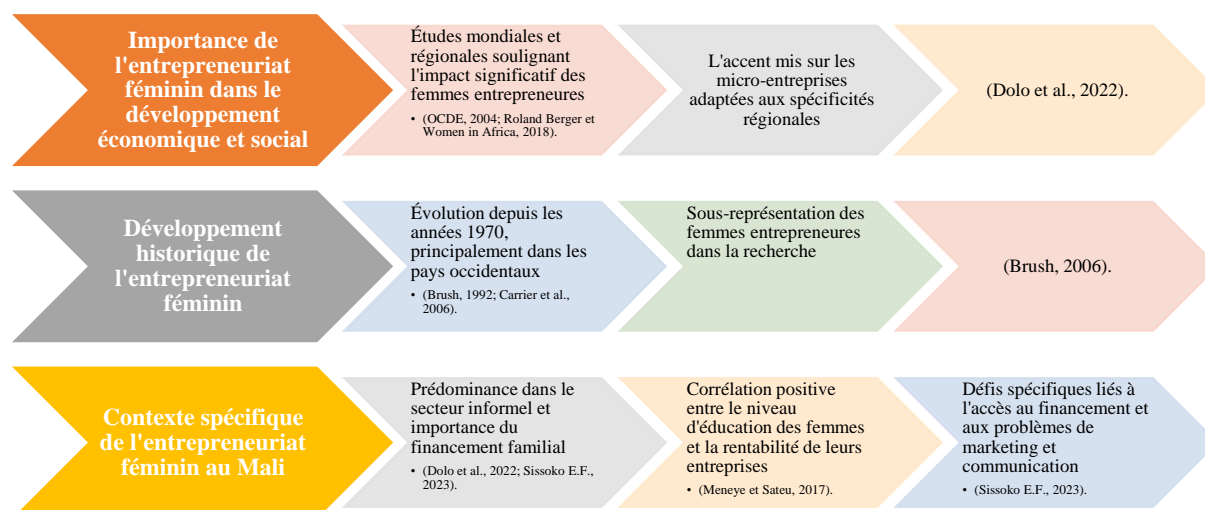
rôle clé de l'entrepreneuriat féminin dans la création d'emplois, l'augmentation de la productivité et la lutte contre la pauvreté.

Historiquement, les premiers travaux sur l'entrepreneuriat féminin datent des années 1970, principalement aux États-Unis et en Angleterre, mais cette population demeure largement sous-étudiée (Brush, 1992; Carrier et al., 2006). En Afrique, des études spécifiques ont exploré cette thématique, révélant que les femmes entrepreneures maliennes commencent souvent leurs affaires jeunes, avec un financement principalement issu de sources personnelles ou familiales (Bilola Fouda, 2014; Kanté, 2020). Ces recherches montrent également une corrélation positive entre le niveau d'éducation des femmes et la rentabilité de leurs entreprises (Meneye et Sateu, 2017), ainsi qu'entre la stabilité des sources de financement et l'augmentation du chiffre d'affaires.

Au Mali, l'entrepreneuriat féminin est principalement caractérisé par une prédominance dans le secteur informel, notamment dans le commerce général (Dolo et al., 2022). Cependant, l'accès au financement formel reste limité, ce qui met en lumière les stratégies de financement distinctes adoptées par les femmes entrepreneures par rapport aux hommes (Watson, 2002). Les défis rencontrés incluent non seulement des barrières financières, mais aussi des difficultés en marketing et communication, souvent compensées par des stratégies de résilience et d'adaptation telles que la diversification commerciale et l'innovation (Sissoko E.F., 2023).

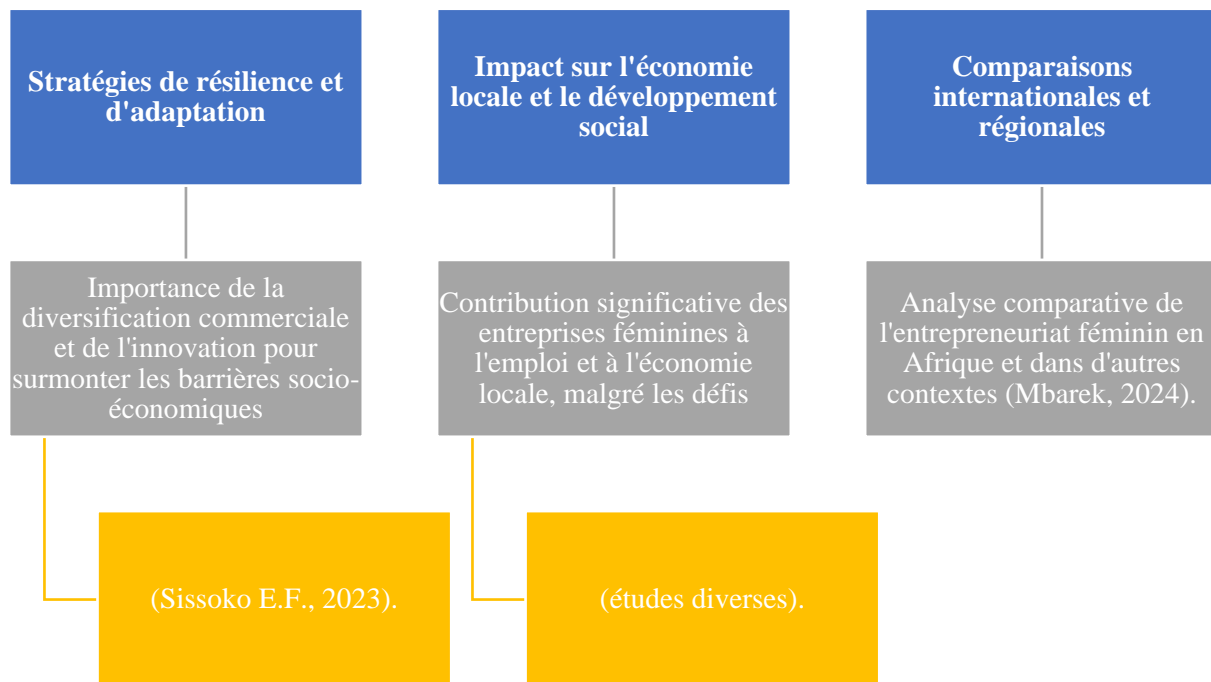
En conclusion, cette revue de la littérature révèle la complexité et la dynamique de l'entrepreneuriat féminin au Mali, mettant en avant la nécessité de soutenir ces entrepreneures. Les recommandations incluent le développement de politiques publiques plus inclusives, la création de programmes spécifiques pour les femmes dans les régions rurales et reculées, et l'amélioration de l'accès aux services financiers et de formation (Sissoko E.F. & al., 2023). Ces observations soulignent la capacité remarquable de résilience et d'adaptation des femmes entrepreneures maliennes, contribuant significativement à leur société et économie.

Figure 3 : Modèle conceptuel de la revue de la littérature



Source : Auteurs, 2024

Figure 4 : Schéma conceptuel de la revue de la littérature (suite)



Source : Auteurs, 2024

3.3. Contributions des travaux antérieurs, identification des lacunes et apport de notre étude à la littérature existante

La recherche actuelle sur l'entrepreneuriat féminin, tout en reconnaissant les importantes contributions des travaux antérieurs, vise à combler des lacunes spécifiques dans la compréhension du domaine. Les études précédentes, telles que celles de Brush (1992) et Ahl (2006), ont éclairé l'importance de l'autonomisation des femmes, les dynamiques de genre, et les défis liés à l'accès aux ressources. Cependant, ces travaux présentent souvent une limite en termes de représentativité, en se focalisant principalement sur des contextes économiquement développés et en négligeant les réalités spécifiques des pays en développement, en particulier en Afrique subsaharienne (Sissoko E.F., 2023; Dolo et al., 2022).

Notre étude apporte une contribution unique en se concentrant sur le Mali, un pays africain enclavé avec des défis socio-économiques et politiques distincts. En explorant les expériences vécues et les stratégies de résilience des femmes entrepreneures maliennes à un niveau micro, cette recherche enrichit la compréhension globale de l'entrepreneuriat féminin dans des contextes moins étudiés. Elle met en lumière non seulement les obstacles rencontrés par ces entrepreneures, mais aussi leurs capacités remarquables d'adaptation et de résilience dans un environnement souvent complexe et contraignant.

De plus, cette étude aborde de manière approfondie l'impact des normes socioculturelles et des structures traditionnelles sur l'entrepreneuriat féminin au Mali. Elle examine les intersections de genre, de classe, et de culture, apportant ainsi une dimension supplémentaire à la théorie de l'intersectionnalité dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin (Crenshaw, 1989). Ce faisant, notre recherche met en évidence la nécessité d'approches politiques et de programmes d'accompagnement qui tiennent compte des spécificités culturelles et sociales des femmes entrepreneures dans des contextes diversifiés.

En somme, cette étude enrichit la littérature existante en offrant une analyse détaillée des dynamiques de l'entrepreneuriat féminin dans un contexte africain sous-représenté. Elle propose des recommandations concrètes pour la conception de politiques et de programmes d'accompagnement plus adaptés, qui sont essentielles pour soutenir et développer

l'entrepreneuriat féminin dans des environnements similaires. Ainsi, notre recherche contribue à combler un vide important dans la compréhension des réalités entrepreneuriales des femmes en Afrique subsaharienne, offrant des perspectives précieuses pour les chercheurs, les décideurs politiques et les praticiens dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin.

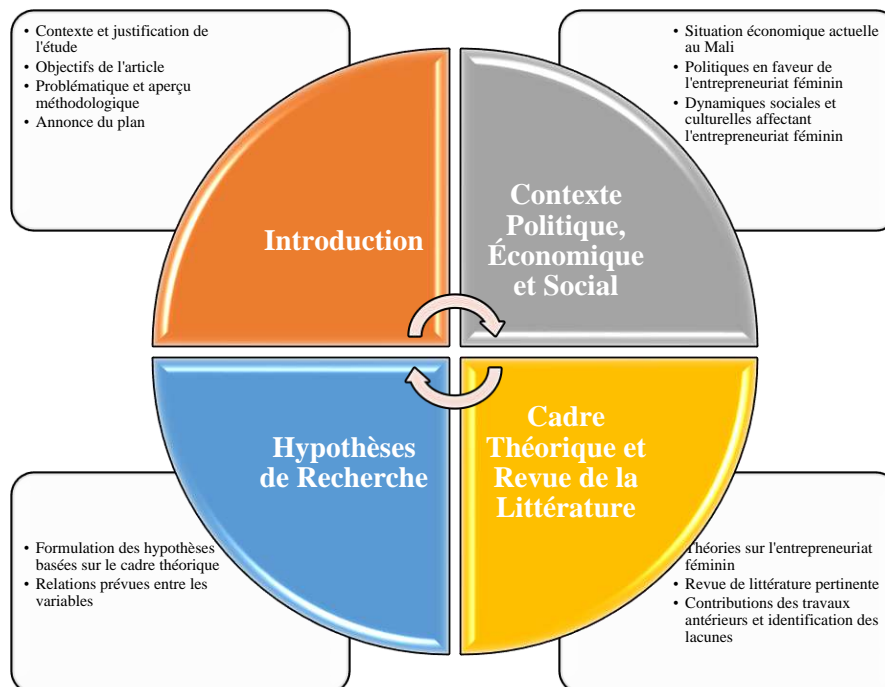
3.4. Hypothèses de Recherche

Pour cette étude, nous formulons comme hypothèses :

- **(H1):** Il serait hypothétisé que l'accès limité au financement constitue un défi majeur pour les femmes entrepreneures maliennes, en s'appuyant sur des études précédentes indiquant des obstacles significatifs à l'accès aux crédits et aux ressources financières dans les pays en développement (Coleman, 2000; Aterido et al., 2013).
- **(H2):** Une autre hypothèse envisagerait le rôle crucial des réseaux de soutien informels, tels que la famille et la communauté, dans le succès des femmes entrepreneures au Mali, s'appuyant sur la théorie que dans les contextes où les réseaux formels sont limités, les entrepreneurs dépendent davantage des réseaux informels (Granovetter, 1985; De Bruin et al., 2007).
- **(H3):** Il serait également suggéré que les femmes entrepreneures maliennes développent des stratégies de résilience uniques pour surmonter les défis socio-économiques, notamment par la diversification des activités commerciales et l'innovation (Drucker, 1985 ; Bruton et al., 2008).
- **(H4):** Enfin, une hypothèse avancerait que l'entrepreneuriat féminin impacte significativement le développement économique et social au Mali, avec une contribution importante des entreprises dirigées par des femmes à leur bien-être économique et à celui de leurs communautés (Schumpeter, 1934; Baumol, 1990).

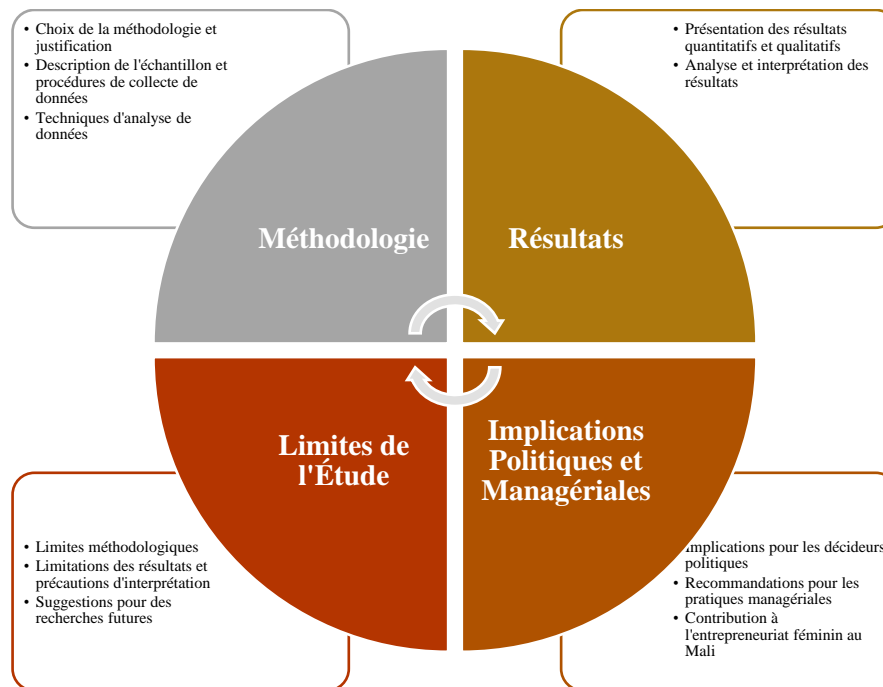
Ces hypothèses orienteraient l'analyse des données recueillies, permettant de tester leur validité et de contribuer à une compréhension plus approfondie de l'entrepreneuriat féminin dans le contexte malien.

Figure 5 : Modèle schématique de la problématique de l'étude



Source : Auteurs, 2024

Figure 6 : Modèle schématique de la problématique de l'étude (suite)



Source : Auteurs, 2024

4. Méthodologie

La méthodologie mixte a été choisie pour sa capacité à fournir une compréhension profonde et nuancée des phénomènes. L'approche quantitative permet de quantifier les tendances et les modèles dans un large échantillon, tandis que l'approche qualitative offre des aperçus détaillés et contextuels des expériences individuelles (Creswell, 2013). Cette combinaison est particulièrement pertinente dans le contexte malien, où les dynamiques économiques et socioculturelles sont complexes et variées.

4.1. Description de l'échantillon et Procédures de collecte de données

Un échantillon de 120 entreprises, créées entre 2017 et 2023, a été sélectionné à partir de la base de données de l'Agence pour la Promotion des Investissements (API), via une méthode de quotas pour assurer une représentativité adéquate des différents secteurs d'activité. La répartition des entreprises a été conçue pour refléter la diversité des secteurs d'activité les plus pertinents dans l'entrepreneuriat féminin malien, comme le commerce, l'agroalimentaire, et les services. La saturation des données a été atteinte après 62 interviews, indiquant une répétition des réponses et une couverture adéquate des thèmes principaux (Guest et al., 2006).

4.2. Axes du guide d'entretien

Cette section présente les axes fondamentaux abordés dans les entretiens menés avec les entrepreneures maliennes. Elle permet la compréhension des défis et des stratégies de résilience dans l'entrepreneuriat féminin au Mali. Ils offrent une perspective riche et contextualisée qui enrichit les analyses quantitatives et théoriques préalablement établies (Sissoko et al., 2024).

4.2.1. Description des axes évalués

- **Profil des entrepreneures** : Les entretiens ont exploré les parcours individuels, l'éducation et les motivations entrepreneuriales des participantes. Cette démarche a permis de saisir le contexte personnel et professionnel influençant leur engagement dans l'entrepreneuriat (Dewitt et al., 2023).

- **Défis et barrières** : Un accent particulier a été mis sur les obstacles spécifiques liés au genre, à l'accès au financement, et aux défis du marché. Cette approche a permis de dégager une compréhension nuancée des difficultés rencontrées par ces femmes dans un contexte socio-économique complexe (Ahl, 2006).
- **Stratégies de résilience** : Les questions ont abordé les méthodes développées par les entrepreneures pour surmonter les obstacles, incluant la diversification des activités et l'innovation. Cela a révélé leur capacité à s'adapter et à prospérer malgré les défis (Bruton et al., 2008).
- **Impact économique et social** : Les entretiens ont également évalué l'influence de l'entrepreneuriat féminin sur l'économie malienne et sur les communautés locales, en mettant l'accent sur ainsi leur rôle essentiel dans le développement économique et social du Mali (Schumpeter, 1934).
- **Expériences avec les politiques publiques** : Cette dimension a exploré l'efficacité des politiques de soutien à l'entrepreneuriat féminin et a recueilli des suggestions pour des améliorations futures, mettant en évidence la nécessité d'une approche plus ciblée et inclusive (Achtenhagen & Welter, 2011).

4.2.2. Méthodologie d'Entretien

La sélection des participantes a été effectuée en veillant à assurer une représentativité adéquate des différents secteurs d'activité. Les entretiens, menés principalement en face à face, ont duré en moyenne 40 minutes et ont été enregistrés puis transcrits pour une analyse thématique approfondie (Creswell, 2013).

4.2.3. Contribution des entretiens à la recherche

Les entretiens ont enrichi l'étude en fournissant des aperçus directs des expériences vécues par les entrepreneures. Ces données qualitatives ont complété les analyses quantitatives, offrant une perspective plus holistique de l'entrepreneuriat féminin au Mali (Braun et al., 2022).

Ils ont apporté une contribution substantielle à la recherche, notamment sur les défis, les stratégies de résilience et l'impact économique et social de l'entrepreneuriat féminin au Mali. Les résultats de ces entretiens offrent des pistes précieuses pour l'élaboration de politiques publiques et pour les recherches futures dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin, particulièrement dans les contextes africains en développement (Sissoko et al., 2024; Ahl, 2006).

4.3. Techniques d'analyse de données

Pour l'analyse qualitative, les entretiens ont été évalués à l'aide de NVIVO et d'une analyse manuelle, permettant une codification thématique et l'identification des motifs récurrents (Braun & Clarke, 2006). L'approche quantitative a utilisé des techniques statistiques pour analyser les données issues des enquêtes, telles que des statistiques descriptives, afin d'examiner les tendances et les relations entre les variables (Field, 2013).

Cette méthodologie, en considérant à la fois les perspectives quantitatives et qualitatives, permet une compréhension complète de l'entrepreneuriat féminin au Mali, en équilibrant l'analyse des tendances générales avec des aperçus profonds des expériences individuelles des entrepreneures.

Tableau 1 : Tableau récapitulatif de l'échantillon de l'enquête qualitative

CODE	CATEGORIE	QUALITE	ANNEES D'EXPERIENCE	DUREE D'ENTRETIEN
EFM01	Commerce	Directrice	12	50 min
EFM02	Agroalimentaire	Gérant	17	35 min
EFM03	Services	Propriétaire	10	40 min
EFM04	Commerce	Cadre	15	30 min
EFM05	Services	Directeur	15	45 min
EFM06	Agroalimentaire	Gérant	18	38 min
EFM07	Commerce	Cadre	15	30 min
EFM08	Services	Directeur	15	45 min
EFM62	Agroalimentaire	Gérant	08	38 min
TOTAL			120	

Source : Auteurs, 2024

5. Résultats et Discussions

5.1. Tendance de création des entreprises féminine

L'analyse des statistiques de création des entreprises au Mali de 2017 à 2023, basée sur les données de l'Agence pour la Promotion des Investissements (API), révèle des tendances significatives en matière d'entrepreneuriat féminin.

Entre 2017 et 2022, on observe une augmentation constante du nombre total d'entreprises, tant dans le commerce général que dans les prestations de service. Cependant, la proportion d'entreprises créées ou dirigées par des femmes montre des variations annuelles, avec une augmentation notable en 2022 où elles représentent environ 22,5% des entreprises dans ces secteurs.

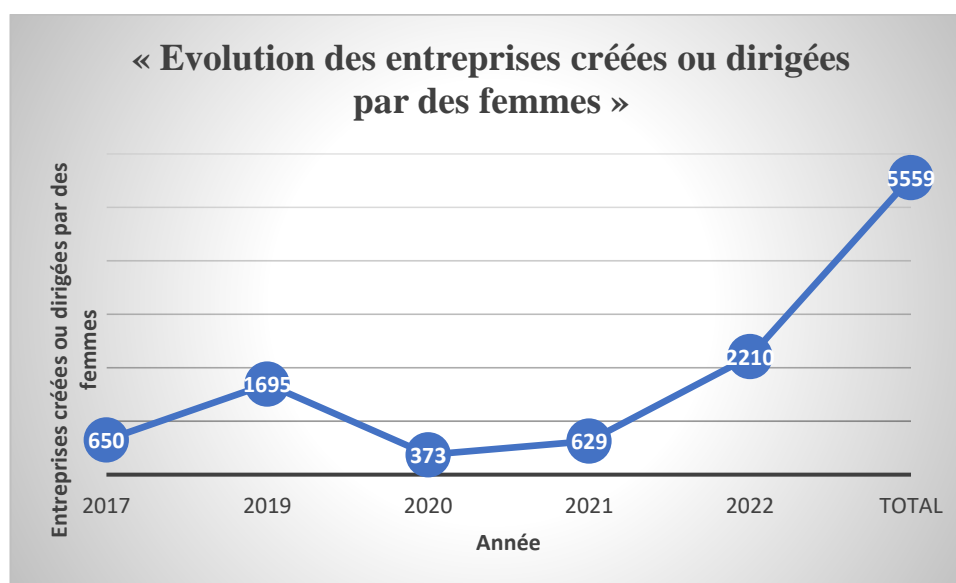
Cette tendance ascendante indique une croissance significative de l'entrepreneuriat féminin au Mali, malgré les défis socio-économiques et culturels. Elle reflète d'une part, l'évolution des mentalités et des politiques favorisant l'entrepreneuriat féminin, ainsi que l'impact positif des initiatives de soutien aux femmes entrepreneures, et d'autres parts, de la situation de précarité de plus en plus prononcées des femmes, qui sont aujourd'hui obligées de mener des activités propres pour financer des activités domestiques. Le tableau n° 2, fournit un aperçu de la dynamique de création des entreprises au Mali en 2017 et 2022 et la tendance de création des entreprises créées ou dirigées par des femmes.

Tableau 2 : Récapitulatif de création d'entreprises entre 2017 et 2023

ANNEE	COMMERCE GENERAL	PRESTATIONS DE SERVICE	ENTREPRISES CREEES OU DIRIGEEES PAR DES FEMMES
2017	5571	4190	650
2019	10414	10,780	1695
2020	4073	5266	373
2021	11005	11014	629
2022	9641	8779	2210
TOTAL	40704	40029	5559

Source : Auteurs, à partir de la base de données API, 2024

Figure 7 : Évolution des entreprises créées ou dirigées par des femmes entre 2017 et 2022



Source : Auteurs à partir de la base de données de l'API, 2024

5.2. Analyse du nuage de mots clés des entretiens réalisés

Cette section analyse en profondeur le nuage de mots clés généré sur les thèmes et les préoccupations majeures abordées au cours de nos entretiens. Ce nuage, constitué des termes les plus fréquemment mentionnés et des plus pertinents dans nos transcriptions d'échanges, offre une représentation visuelle des concepts clés et des domaines d'intérêt au cœur de l'étude. Premièrement, le terme « Entrepreneuriat féminin » et « Mali » sont prédominants, soulignant l'accent spécifique de l'étude sur le contexte malien. Cette prédominance reflète non seulement la focalisation géographique de la recherche, mais aussi l'importance accordée à l'entrepreneuriat féminin comme un domaine clé d'investigation.

Ensuite, des expressions telles que « Défis socio-économiques » et « Stratégies de survie » apparaissent en évidence, indiquant les principaux obstacles et réponses adaptatives caractéristiques de l'expérience des femmes entrepreneures au Mali. Ces termes mettent en lumière les conditions difficiles dans lesquelles ces entrepreneures opèrent, ainsi que leur ingéniosité et leur résilience face à ces défis.

Par ailleurs, la présence de mots tels que « Barrières », « Résilience », « Accès au financement », et « Secteur informel » témoigne des multiples facettes des défis rencontrés par les femmes entrepreneures. Ces termes signalent à la fois les obstacles structurels et les capacités d'adaptation nécessaires pour réussir dans un environnement entrepreneurial difficile.

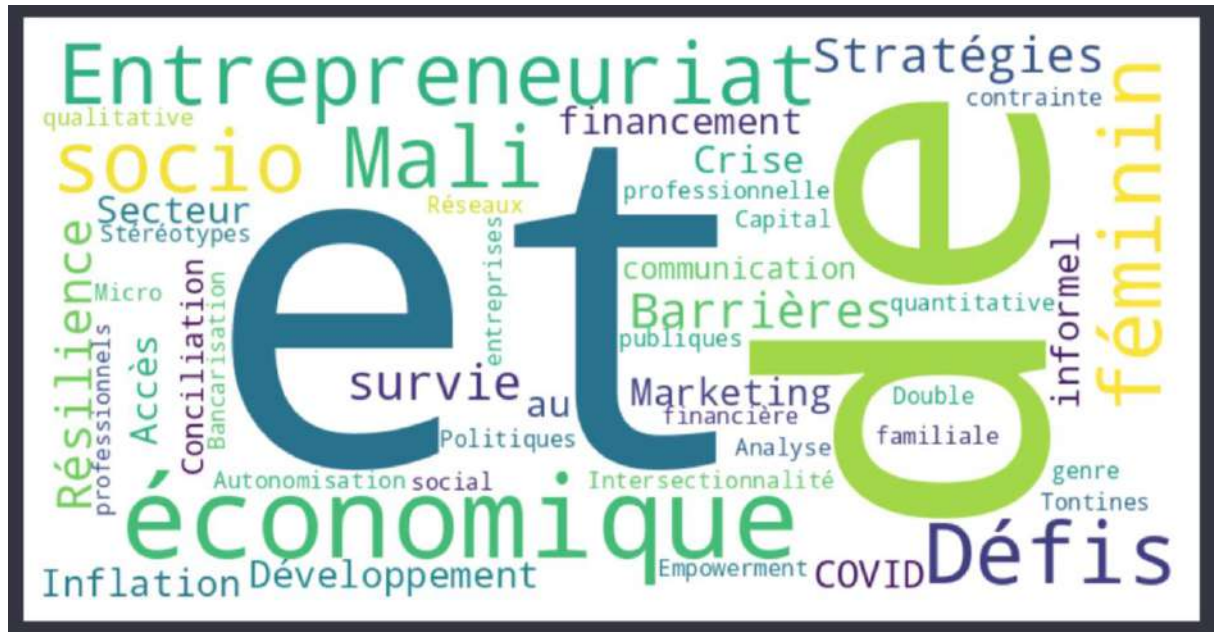
Des termes comme « Politiques publiques », « Empowerment », et « Capital social » soulignent les facteurs de soutien et les ressources potentielles qui peuvent favoriser l'entrepreneuriat féminin. Ces mots reflètent l'importance de l'environnement politique et social ainsi que des réseaux de soutien dans l'habilitation des femmes entrepreneures.

Enfin, l'inclusion de mots tels que « Stéréotypes de genre », « Double contrainte », et « Intersectionnalité » indique une reconnaissance des complexités liées au genre et à l'identité sociale dans l'entrepreneuriat. Ces termes mettent en évidence la nécessité de comprendre les dimensions de genre et d'autres facteurs sociaux pour une analyse complète de l'entrepreneuriat féminin.

Le nuage de mots clés fournit donc une illustration concise, mais éloquentes des thèmes et des préoccupations centrales de l'étude sur l'entrepreneuriat féminin au Mali. Cette représentation visuelle sert non seulement à résumer les sujets clés abordés dans l'article, mais elle offre

également une perspective enrichie des dimensions multiples et entrelacées de l'expérience entrepreneuriale féminine dans un contexte spécifiquement malien.

Figure 8 : Nuage de mots clés des entretiens



Source : Sortie NVIVO, 2024

5.3. Profil et évolution des femmes entrepreneurs

Le profil des femmes entrepreneures au Mali présente une mosaïque complexe, influencée par divers facteurs socio-économiques, culturels et éducatifs. Environ 60% de ces entrepreneures se situent dans la tranche d'âge de 30 à 40 ans, une période de la vie souvent caractérisée par une stabilisation des responsabilités familiales et une quête accrue d'indépendance financière. Cependant, un niveau d'éducation généralement faible, avec 65% ayant un niveau d'éducation du second cycle fondamental, souligne des lacunes en matière d'accès à l'éducation formelle, impactant potentiellement la rentabilité et la croissance de leurs entreprises.

Bien que les femmes de notre échantillon représentent une minorité formellement enregistrée à l'Agence pour la Promotion des Investissements, une grande partie des entrepreneures maliennes opèrent dans le secteur informel. Ce secteur, caractérisé par l'absence d'enregistrement au registre du commerce et de formalités administratives telles que la tenue de comptabilité ou le paiement d'impôts, reflète à la fois la flexibilité et les défis auxquels sont confrontées ces entrepreneures (Sissoko. EF. 2023).

Les motivations pour embrasser l'entrepreneuriat sont principalement dictées par le besoin d'indépendance financière et de contribution aux revenus familiaux, avec 85% des femmes soulignant ces facteurs. De manière significative, toutes les femmes de l'échantillon sont mariées, mettant en lumière le rôle de l'entrepreneuriat comme moyen de répondre aux besoins familiaux, notamment ceux des enfants.

Un autre aspect notable est la tendance croissante à investir dans l'éducation formelle et la formation continue. Cependant, de nombreuses entrepreneures s'appuient encore sur des compétences acquises de manière autodidacte ou via des canaux informels. Cette réalité souligne la nécessité d'une approche plus structurée en matière de formation et de renforcement des capacités pour ces entrepreneures. Il existe une corrélation claire entre le niveau d'éducation et la rentabilité des entreprises, les femmes mieux éduquées tendant à diriger des entreprises plus prospères.

En outre, il est important de noter la diversité des secteurs d'activité dans lesquels ces femmes entreprennent. Bien que l'agroalimentaire et le commerce soient prédominants, une exploration plus approfondie pourrait révéler une gamme plus large d'initiatives entrepreneuriales, de l'artisanat aux services, chacune nécessitant un ensemble de compétences et de ressources spécifiques.

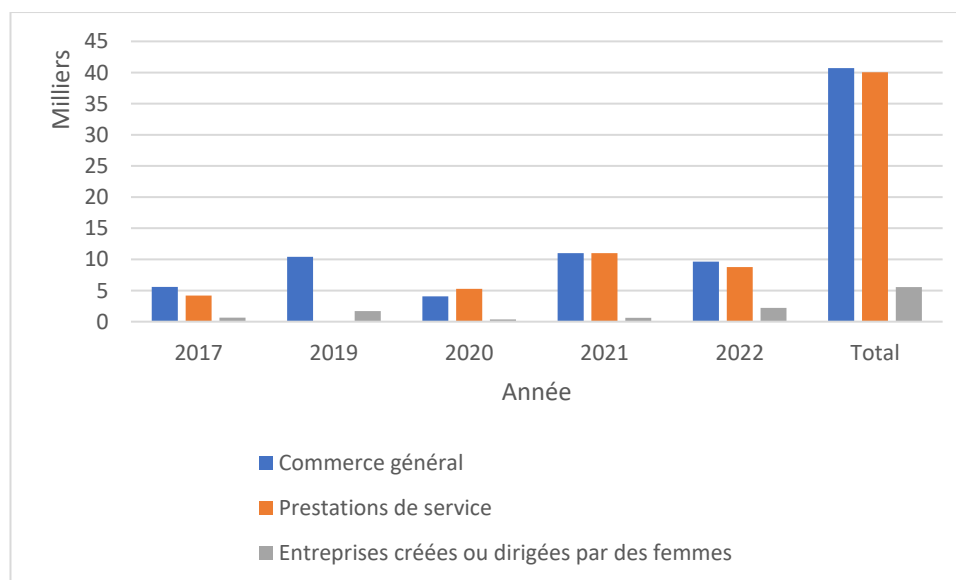
Le paysage entrepreneurial féminin au Mali est donc façonné par une pluralité de facteurs qui interagissent pour définir leur parcours entrepreneurial. L'analyse de ces facteurs, allant de l'éducation au statut matrimonial, en passant par les motivations et les secteurs d'activité, offre une compréhension plus nuancée de leurs expériences. Cette compréhension renforcée est cruciale pour la formulation de politiques et de programmes de soutien adaptés, susceptibles de répondre efficacement aux besoins et aux aspirations de ces femmes entrepreneures maliennes.

5.4. Présentation des principaux autres résultats

Les données quantitatives, basées sur un échantillon de 120 femmes entrepreneures, révèlent un profil démographique majoritairement jeune, avec 60% des participantes âgées de 30 à 40 ans. *Une entrepreneure dans le secteur des services (EFM18) indique : « À cet âge, j'ai suffisamment d'expérience et de confiance pour prendre des risques et lancer mon entreprise. »* Ce constat suggère une tendance à l'entrepreneuriat chez les femmes en âge de consolider leur carrière professionnelle (Smith-Hunter et al., 2006).

Une prédominance dans le secteur du commerce est observée, suivie des services et de l'agroalimentaire, révélant ainsi la diversité des domaines d'activité des entrepreneures maliennes. *Comme l'exprime EFM34, une commerçante : « Le commerce me permet une certaine flexibilité et l'opportunité de développer des compétences diverses. »* (Minniti et Naudé, 2010).

Figure 9 : « Commerce général », « Prestations de service », « Entreprises créées ou dirigées par des femmes » par « Année »



Source : Auteurs, 2024

L'un des aspects critiques souligné par l'étude est le financement des entreprises, avec 70% des femmes ayant recours à des fonds personnels ou familiaux. *« L'accès aux prêts bancaires est compliqué, je me repose sur mes économies et l'aide de ma famille », partage EFM22 du secteur de l'agroalimentaire.* Ceci met en évidence les difficultés d'accès au financement formel (Kuada, 2009). La majorité des entreprises interrogées sont de petite taille, employant entre 1 et 5 personnes, ce qui témoigne de la prédominance des structures d'entreprise de petite échelle (Brush et al., 2009).

Du côté qualitatif, des entretiens semi-structurés avec 62 femmes entrepreneures révèlent des motivations variées pour l'entrepreneuriat, dominées par le besoin économique et le désir d'indépendance financière. « *Mon entreprise me donne un sentiment d'autonomie et me permet de contribuer au budget familial* », confie EFM15, active dans le secteur des services. (Hughes, 2006; Jennings et Brush, 2013). Les défis majeurs identifiés incluent l'accès au financement et les problèmes de marketing et de communication. EFM40, une entrepreneure dans le commerce, mentionne : « *Se faire connaître et attirer des clients sans un budget marketing conséquent est un défi constant.* » (Manolova et al., 2007).

Les stratégies de résilience comprennent la diversification des activités commerciales et l'innovation. « *Pour répondre aux besoins changeants du marché, j'ai diversifié mes services* », explique EFM27 du secteur des services. (Brush et al., 2009). L'importance du soutien familial et communautaire est également soulignée. « *Sans le soutien de ma famille et de mes amis, il aurait été difficile de surmonter les périodes difficiles* », partage EFM09 de l'agroalimentaire. (De Bruin et al., 2007).

Ces résultats combinés offrent un aperçu riche et nuancé de l'entrepreneuriat féminin au Mali, soulignant à la fois les défis et les opportunités. Ils mettent en évidence la nécessité de politiques et de programmes ciblés pour soutenir efficacement les femmes entrepreneures, en tenant compte des spécificités de leur contexte et de leurs besoins individuels.

5.5. Analyse et interprétation des résultats

L'analyse et l'interprétation des résultats dans l'étude sur l'entrepreneuriat féminin au Mali fournissent des insights précieux sur les diverses expériences et stratégies des entrepreneures dans ce contexte.

Dans le secteur du commerce, les femmes entrepreneures mettent en avant leur agilité dans l'adaptation aux marchés fluctuants. Une entrepreneure du commerce (EFM01) souligne : « *J'ai constamment dû ajuster mon approche commerciale pour répondre aux besoins changeants des clients.* » Cette flexibilité est cruciale dans un environnement économique en constante évolution.

Concernant l'agroalimentaire, les défis liés à l'accès aux ressources et aux marchés sont fréquemment évoqués. Une gérante dans l'agroalimentaire (EFM02) explique : « *Trouver des fournisseurs fiables et accéder aux marchés locaux est un défi quotidien.* » Ces propos mettent en lumière les difficultés spécifiques du secteur en termes de chaîne d'approvisionnement et de distribution.

Dans le secteur des services, l'accent est mis sur l'importance des réseaux de soutien et de la formation. Une entrepreneure des services (EFM03) affirme : « *Les formations que j'ai suivies m'ont été indispensables pour développer mon entreprise.* » Cela illustre le rôle essentiel de l'éducation et de la formation continue dans le succès entrepreneurial.

L'ensemble de ces résultats démontre la diversité et la complexité des expériences des femmes entrepreneures au Mali, ainsi que leur capacité remarquable à naviguer dans des environnements difficiles. Ils soulignent l'importance de politiques de soutien adaptées, qui prennent en compte les spécificités de chaque secteur et les besoins individuels des entrepreneures.

5.6. Stratégie de résilience des entreprises féminines

Les stratégies de résilience des entreprises féminines dans notre étude mettent en lumière l'utilisation des tontines comme mécanisme clé de soutien financier et social. Les tontines, un système de financement communautaire répandu en Afrique, jouent un rôle crucial dans l'autonomisation économique des femmes maliennes.

En effet, en général, les tontines étaient organisées par des femmes respectées dans leur communauté. Elles consistaient à collecter des montants fixes, souvent lors de rencontres

hebdomadaires, et à redistribuer la somme totale à un membre du groupe selon un ordre établi. L'argent recueilli servait typiquement à l'achat d'intrants agricoles, au financement de la main-d'œuvre, ou à l'entretien de champs. Une autre forme de tontine, basée sur le travail collectif, voyait les membres se soutenir mutuellement dans les travaux agricoles, le propriétaire du champ fournissant en retour un repas à celles qui venaient aider (Mali Actu, 2020; Malizine, 2020).

Aujourd'hui, les tontines se distinguent par leur nature flexible et adaptative. Outre la tontine de travail et la tontine mutuelle, il existe également des tontines commerciales et financières, chacune ayant ses particularités en termes de gestion des fonds et de distribution des bénéficiaires. Ces structures permettent aux femmes, qui sont les principales utilisatrices des tontines, de pallier leur difficulté d'accès aux systèmes bancaires formels, tout en renforçant les liens sociaux et en créant un cercle de solidarité (Institut Afrique Monde, 2019).

Une entrepreneure (EFM12) explique : *"La tontine est notre bouée de sauvetage, elle nous permet de financer nos activités quand les banques ne le peuvent pas."* Cette déclaration met en évidence le rôle vital des tontines comme alternative aux systèmes bancaires formels.

Une autre entrepreneure (EFM24) ajoute : *"Dans notre tontine, nous nous soutenons mutuellement, pas seulement financièrement, mais aussi par des conseils et un réseau solide."* Cela souligne le double avantage des tontines, combinant le soutien financier et le renforcement des liens communautaires.

Cependant, les tontines ne sont pas sans défis. Comme le note EFM37 : *"Parfois, il y a des tensions, surtout quand les membres ne respectent pas les règles."* Ce commentaire reflète les difficultés liées à la gestion et à l'équité au sein des tontines.

Par ailleurs, les tontines, malgré leurs défis, demeurent une stratégie de résilience clé pour les femmes entrepreneures au Mali, offrant des solutions pratiques à leurs contraintes financières et renforçant la solidarité communautaire.

Pour finir, en adéquation avec les résultats de notre étude, l'utilisation des tontines par les entreprises féminines au Mali est examinée en fonction des secteurs d'activité. Sur l'échantillon de 120 entreprises, réparties en 45% dans le commerce, 30% dans les services, et 25% dans l'agroalimentaire, nous observons une adoption significative des tontines. Par exemple, 80% des entreprises du commerce utilisent les tontines, ce qui représente environ 54 entreprises. De même, dans les services et l'agroalimentaire, avec des taux d'utilisation de 70% et 75% respectivement, cela correspond à environ 25 et 22 entreprises dans chaque secteur. Ces données indiquent que les tontines sont une stratégie financière prédominante et un soutien important pour une majorité des entrepreneures, malgré les défis de gestion et les questions d'équité.

6. Discussions : Confrontation des résultats avec les hypothèses et la littérature

L'étude actuelle, ancrée dans le contexte malien, aborde les défis et stratégies de l'entrepreneuriat féminin à travers quatre hypothèses principales, s'inscrivant dans un cadre de recherche à la fois empirique et théorique.

La première hypothèse (H1) suggère que l'accès limité au financement est un obstacle majeur pour les femmes entrepreneures maliennes. Cette hypothèse est étayée par les témoignages des participantes à l'étude, qui révèlent une dépendance marquée aux fonds personnels ou familiaux pour le financement de leurs entreprises. Par exemple, une entrepreneure dans le commerce (EFM12) a partagé que *« Obtenir un crédit bancaire est un parcours du combattant. Je me suis appuyée sur mes économies et l'aide de ma famille »*. Ces constatations corroborent les travaux antérieurs de Coleman (2000) et Aterido et al. (2013), soulignant les défis systémiques d'accès au financement formel dans les pays en développement.

Concernant la deuxième hypothèse (H2), l'importance des réseaux de soutien informels comme les familles et communautés se confirme. Les entrepreneures maliennes semblent fortement dépendantes de ces réseaux, en l'absence de canaux formels de soutien. Une participante (EFM24) a illustré cette dépendance en déclarant : « *Mon réseau familial et communautaire a été essentiel pour démarrer mon affaire* ». Cette tendance s'aligne avec les théories de Granovetter (1985) et De Bruin et al. (2007), qui mettent en lumière l'importance des réseaux informels dans des contextes où l'accès aux réseaux formels est limité.

La troisième hypothèse (H3) postule que les femmes entrepreneures maliennes développent des stratégies de résilience uniques, comme la diversification des activités et l'innovation. Les données recueillies confirment cette hypothèse, révélant une grande capacité d'adaptation parmi les entrepreneures. EFM37, dans le secteur de l'agroalimentaire, a exprimé : « *Face aux fluctuations du marché, j'ai diversifié mes produits pour rester compétitive* ». Cette capacité d'adaptation résonne avec les perspectives de Drucker (1985) et Bruton et al. (2008) sur l'importance de l'innovation et de la diversification dans des contextes économiques difficiles. Enfin, l'hypothèse (H4) avance que l'entrepreneuriat féminin a un impact considérable sur le développement économique et social du Mali. Les résultats de l'étude confirment cette hypothèse, montrant que les entreprises dirigées par des femmes contribuent non seulement à leur bien-être économique, mais aussi à celui de leurs communautés. EFM15, à la tête d'une entreprise de services, a souligné : « *Mon entreprise contribue non seulement à ma famille, mais aussi à la communauté en créant des emplois* ». Ce résultat est en accord avec les théories de Schumpeter (1934) et Baumol (1990), qui reconnaissent le rôle essentiel des entrepreneures dans le développement économique et social.

En conclusion, cette analyse approfondie des dynamiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali met en lumière les défis spécifiques auxquels les femmes entrepreneures sont confrontées, tout en soulignant leur rôle crucial dans l'économie nationale. Les résultats de cette étude enrichissent la compréhension des dynamiques entrepreneuriales dans les économies en développement et soulignent l'importance d'interventions politiques et économiques ciblées pour soutenir l'entrepreneuriat féminin.

7. Implications Politiques et Managériales

Les implications politiques et managériales de l'étude sur l'entrepreneuriat féminin au Mali sont multiples et significatives.

- **Implications pour les décideurs politiques**

Les résultats de l'étude soulignent la nécessité pour les décideurs politiques de reconnaître et de soutenir activement l'entrepreneuriat féminin. Il est crucial de développer des politiques publiques et des programmes qui facilitent l'accès au financement, offrent des formations en gestion et marketing, et renforcent les réseaux de soutien pour les femmes entrepreneures. Cela implique également de travailler à réduire les barrières systémiques et les inégalités de genre dans le monde des affaires.

- **Recommandations pour les pratiques managériales**

Du point de vue managérial, il est recommandé d'encourager les pratiques inclusives et de soutenir l'innovation au sein des entreprises féminines. Les gestionnaires devraient promouvoir la diversification des activités commerciales et l'adoption de stratégies résilientes adaptées aux défis spécifiques rencontrés par les femmes entrepreneures. Cela inclut la valorisation des compétences uniques des femmes et la création d'un environnement propice à leur épanouissement professionnel.

- **Contribution à l'entrepreneuriat féminin au Mali**

L'étude contribue à une meilleure compréhension de l'entrepreneuriat féminin au Mali, offrant des données précieuses pour l'élaboration de stratégies adaptées au contexte local. Elle met en lumière l'importance de l'entrepreneuriat féminin comme levier de développement économique et social et souligne le potentiel des femmes entrepreneures en tant qu'actrices clés de la croissance et de l'innovation dans le pays.

8. Limites de l'Étude

- **Limites méthodologiques**

L'étude utilise une méthodologie mixte qui, bien qu'offrant une vue complète, peut présenter des limites. La collecte de données qualitatives, bien que riche en détails, peut introduire des biais subjectifs. De plus, l'usage d'un échantillon de quotas peut ne pas refléter parfaitement la diversité de l'ensemble des entrepreneures maliennes.

- **Limitations des résultats et précautions d'interprétation**

Les résultats doivent être interprétés avec prudence, en tenant compte du contexte malien spécifique. Les données quantitatives, bien qu'utiles, ne capturent pas entièrement les nuances et les expériences personnelles des entrepreneures. De plus, les résultats peuvent ne pas être entièrement généralisables à d'autres contextes ou populations.

- **Suggestions pour des recherches futures**

Des recherches futures pourraient explorer davantage les dynamiques de l'entrepreneuriat féminin dans d'autres régions du Mali ou comparer avec d'autres contextes africains. Une attention particulière pourrait être accordée aux effets à long terme des politiques de soutien et à l'évolution des réseaux de tontines et leur impact sur l'autonomisation des femmes entrepreneures.

9. Conclusion

Notre étude "*Défis et Résilience dans l'Entrepreneuriat Féminin au Mali*" apporte une contribution significative à la compréhension des complexités entourant l'entrepreneuriat féminin dans un contexte économique et social en évolution. L'analyse des résultats vis-à-vis des hypothèses formulées révèle des insights pertinents et offre une perspective enrichie sur les dynamiques entrepreneuriales dans un contexte africain en développement.

La validation de l'hypothèse (H1) souligne profondément la problématique de l'accès au financement, reflétant une réalité où les structures bancaires traditionnelles et les mécanismes de crédit ne sont pas toujours accessibles ou adaptés aux besoins des femmes entrepreneures. Cette situation appelle à une réévaluation des politiques financières et à l'introduction de solutions plus inclusives et flexibles, telles que les microfinancements et les crédits communautaires, qui peuvent mieux répondre aux exigences uniques des entrepreneures maliennes.

L'hypothèse (H2) met en exergue l'importance cruciale des réseaux de soutien informels. Cette dépendance aux structures communautaires et familiales, bien que constituant un atout, met également en lumière le besoin d'élargir les opportunités de réseautage et de mentorat au-delà des cercles informels. Il est essentiel de promouvoir des plateformes formelles de soutien et de collaboration qui peuvent faciliter l'échange d'idées, l'accès aux ressources et le développement de compétences commerciales.

Quant aux stratégies de résilience identifiées dans l'hypothèse (H3), elles témoignent de l'ingéniosité et de l'adaptabilité des femmes entrepreneures face aux défis socio-économiques. La capacité à innover et à diversifier les activités commerciales est une force motrice pour la survie et le succès des entreprises féminines. Cette constatation souligne l'importance d'encourager l'innovation et la créativité dans les programmes de formation et de développement entrepreneurial.

L'hypothèse (H4) confirme l'impact significatif de l'entrepreneuriat féminin sur le développement économique et social du Mali. Les entreprises dirigées par des femmes ne se limitent pas à contribuer au PIB; elles jouent un rôle clé dans la création d'emplois, l'amélioration du bien-être familial et le renforcement des communautés. Cette prise de conscience appelle à une reconnaissance accrue de la valeur de l'entrepreneuriat féminin dans les politiques nationales de développement.

En conclusion, cette étude fournit une base solide pour l'élaboration de politiques et de pratiques soutenant l'entrepreneuriat féminin au Mali. Elle met en évidence la nécessité d'une approche holistique qui tient compte des particularités socio-économiques et culturelles du contexte malien. Pour l'avenir, il serait bénéfique de mener des études longitudinales pour suivre l'évolution de ce secteur et mesurer l'efficacité des interventions politiques. La poursuite de telles recherches contribuera non seulement à l'avancement académique dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin, mais aussi au progrès économique et social global du Mali.

Références

- (1). Achtenhagen, L., & Welter, F. (2011). Surmounting obstacles: The understanding of social and cultural factors in entrepreneurial contexts. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 519-535.
- (2). Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2001). The emergence of the entrepreneurial society. *Swedish Economic Policy Review*, 8(2), 63-82.
- (3). Agence pour la Promotion des Investissements au Mali, API MALI (juin 2017): Appui à la mise en œuvre du régime de l'entrepreneuriat et mise en œuvre de la création sous seing privé pour l'PAI-Mali, rapport final 158 p.
- (4). Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(5), 595-621.
- (5). Amadou, D. O. L. O., MARIKO, O., SOUMARE, B., & TRAORE, M. (2022). L'entrepreneuriat féminin au Mali: Enjeux et perspectives. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 3(3-2), 116-134.
- (6). Amadou, D. O. L. O., MARIKO, O., TANGARA, M. B., & Boubacar, S. Y. (2022). Emploi des jeunes au Mali: caractéristiques et défis. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 3(2-2), 193-209.
- (7). Assoumou Menye, O., & Guetsop Sateu, F. A. (2017). L'entrepreneuriat féminin au Cameroun: enjeux et perspectives. *Revue congolaise de gestion*, 24(2), 11-42.
- (8). Bachir, H., & Halidou, M. F. ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LE SECTEUR DE L'ARTISANAT ENTRE OBSTACLES ET DESIR D'EMANCIPATION. CAS DES ARTSIANES DE LA VILLE DE BEJAIA Women's entrepreneurship in the crafts sector: between obstacles.
- (9). Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
- (10). Becker, G. S. (1957). The economics of discrimination. University of Chicago press.

- (11). Berger, R. (2018). Women in Africa Entrepreneurship: A path to women empowerment. *Entrepreneurship study*, p25, in https://wia-initiative.com/wp-content/uploads/zpress/WIA_Women_Empowerment.pdf.
- (12). Bourdieu, P. (1986). L'illusion biographique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 62(1), 69-72.
- (13). Braun, V., Clarke, V., & Hayfield, N. (2022). 'A starting point for your journey, not a map': Nikki Hayfield in conversation with Virginia Braun and Victoria Clarke about thematic analysis. *Qualitative research in psychology*, 19(2), 424-445.
- (14). Brush, C. G. (1999). Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling.
- (15). Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H.-L. (2008). Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421-440.
- (16). Bureau International du travail (2013), Mesurer l'informalité: Manuel statistique sur le secteur informel et l'emploi informel 384 p.
- (17). Carrier, C., Julien, P. A., & Menvielle, W. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin: une synthèse des études des 25 dernières années. *Revue Internationale de Gestion*, 31(2), 36-50.
- (18). Coleman, S. (2000). Access to capital and terms of credit: A comparison of men- and women-owned small businesses. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 37-52.
- (19). Crenshaw, K. (2013). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. In *Feminist legal theories*(pp. 23-51). Routledge.
- (20). Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- (21). Creswell, J. W. (2013). *Steps in conducting a scholarly mixed methods study*.
- (22). De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339.
- (23). Dewitt, S., Jafari-Sadeghi, V., Sukumar, A., Aruvanahalli Nagaraju, R., Sadraei, R., & Li, F. (2023). Family dynamics and relationships in female entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Family Business Management*, 13(3), 626-644.
- (24). Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. Harper & Row.
- (25). Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2007). *Through the labyrinth: The truth about how women become leaders*. Harvard Business Review Press.
- (26). Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. sage.
- (27). Fouda, C. N. F. B. (2014). *Dynamisme entrepreneurial des femmes camerounaises: études de cas de développement d'entreprise* (Doctoral dissertation, Université de Bordeaux).
- (28). Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- (29). Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59-82.
- (30). Hughes, K. D. (2006). Exploring motivation and success among Canadian women entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2), 107-120.
- (31). Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *The Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715.
- (32). Kante, S. (2020). L'entrepreneuriat féminin au Mali: cas de la commune I du district de Bamako. *Journal of Academic Finance*, 11(1), 2-21.

- (33). Kuada, J. (2009). Gender, social networks, and entrepreneurship in Ghana. *Journal of African Business*, 10(1), 85-103.
- (34). Manolova, T. S., Carter, N. M., Manev, I. M., & Gyoshev, B. S. (2007). The differential effect of men and women entrepreneurs' human capital and networking on growth expectancies in Bulgaria. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 407-426.
- (35). Mbarek, W. (2024). Les réseaux sociaux des femmes entrepreneures tunisiennes et leurs accès aux ressources informationnelles et financières externes. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 12(01), 30-47.
- (36). Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? *European Journal of Development Research*, 22(3), 277-293.
- (37). Mondiale, L. B. (2022). Rapport annuel 2022-Aider les pays à s'adapter dans un monde en mutation.
- (38). Pavot, D. (2021). Le Fonds monétaire international. *Revue québécoise de droit international*, 283-302.
- (39). Perkins, D. D., & Zimmerman, M. A. (1995). Empowerment theory, research, and application. *American journal of community psychology*, 23, 569-579.
- (40). Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- (41). Silamakan KANTE, (2020). L'entrepreneuriat féminin au Mali : cas de la commune I du district de Bamako, *Journal of Academic Finance*, Vol. 11 N° 1 Spring 2020, ISSN 1923-2993
- (42). SISSOKO E. F. (2023) « Les Dynamiques du secteur privé malien : Les défis de la création, du développement et du financement des entreprises », *Revue Internationale des Sciences de Gestion* « Volume 6 : Numéro 4 » pp : 1374 – 1396
- (43). Sissoko, E. F., & DEMBELE, K. (2023). Analyse des conséquences des sanctions économiques de la CEDEAO en 2022: Examens de l'endettement et de la stabilité macroéconomique du Mali. *Revue Française d'Économie et de Gestion*, 4(12).
- (44). SISSOKO, E. F., GUINDO, L., Madiouma, K. O. N. E., & TRAORE, A. L. (2024). SÉCURITÉ OU DÉVELOPPEMENT?: Un dilemme budgétaire dans le contexte des élections de 2024 et de la pression internationale. *Revue Française d'Économie et de Gestion*, 5(1).
- (45). SISSOKO, E. F., TRAORE, A. L., Bakary, K. O. N. E., Madiouma, K. O. N. E., & DEMBELE, K. (2024). IMPACT DE L'INSTABILITE SECURITAIRE SUR L'ÉDUCATION DANS LA REGION DE SEGOU, MALI: Analyse et Solutions Stratégiques. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 7(1).
- (46). SISSOKO, E. F., DIAWARA, D. S., BALLO, I., TRAORE, A. O., & DEMBELE, K. (2023). ENTRE INSTABILITÉ ET DÉVELOPPEMENT: Analyse de l'impact de l'endettement par le marché régional des titres publics et la stabilité politique sur la Croissance économique au Mali (2011-2023). *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, 7(4).
- (47). Smith-Hunter, A. E., Kapp, J., & Yonkers, V. (2006). A psychological model of entrepreneurial behavior. *Journal of Academy of Business and Economics*, 6(1), 143-151.
- (48). Watson, J. (2002). Comparing the performance of male-and female-controlled businesses: relating outputs to inputs. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(3), 91-100.
- (49). World Bank. (2012). *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*. World Bank Publications.