

La femme entrepreneure au Cameroun: profil, problèmes et typologie

[The woman entrepreneur in Cameroon: profile, problems and typology]

ROUKATOU épse Aboubakar

Department of Management, Strategy and Prospective,
Faculty of Economics and Management,
University of Ngaoundere, Cameroon

Copyright © 2015 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the *Creative Commons Attribution License*, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT: The scope of this study is to draw up the picture of the Cameroonian woman entrepreneur using a sample of 95 women entrepreneurs, in order to evaluate the various stages through which they go before creating in order to point up the barriers they meet during the process, and their typologies. It implements an empirical research which helps to explore the women process of starting-up. It appears that:

Firstly, the entrepreneurship awakening of Cameroonian women is still recent. Secondly, the characteristics and the behaviors of women entrepreneurs are not stiffed and rather depend on the environment in which they evolve. Thirdly, the start-up of businesses by women constitutes a huge stake for the Cameroonian economy. These women entrepreneurs undertake activities which are not categorized and which sometimes lack of vitality. This consequently exposes them to barriers which are not always resorbed despite numerous assistance which can arrive from various horizons. Elsewhere, it is important to remember that Cameroonian women entrepreneurs have as a whole the same reasons of creating start-ups regardless of the regions they evolve. They are influenced by the same sociocultural factors.

KEYWORDS: women entrepreneurship, obstacles, typologies, Cameroon, characteristics.

RESUME: L'objet de cette recherche est à partir d'un échantillon de 95 entrepreneures, de dresser un portrait des entrepreneures camerounaises, afin d'évaluer leur parcours, pour mettre en exergue les obstacles qu'elles rencontrent, et leurs typologies. Elle met en œuvre une recherche empirique qui permet d'explorer les processus de création d'entreprise par les femmes. Il apparaît que :

Premièrement, l'éveil entrepreneurial chez la femme camerounaise est encore récent. Deuxièmement, les caractéristiques et les comportements des entrepreneures ne sont pas figées et dépendent plutôt de l'environnement dans lequel elles évoluent. Troisièmement, la création d'entreprise par les femmes constitue un enjeu énorme pour l'économie camerounaise. Ces entrepreneures détiennent des activités non catégorisées et qui manquent parfois de vitalité. Ce qui, par conséquent, les expose à des obstacles qui ne sont pas toujours résorbés malgré les aides pouvant leur parvenir de tout horizon. Par ailleurs, il est important de retenir que les femmes entrepreneures camerounaises ont dans l'ensemble les mêmes raisons de créer les entreprises quelle que soit la région dans laquelle elles évoluent. Elles sont influencées par les mêmes facteurs socioculturels.

MOTS-CLEFS: entrepreneuriat féminin, obstacles, typologies, Cameroun, caractéristiques.

1 INTRODUCTION

Le phénomène d'esprit d'entreprise a pris de l'ampleur dans l'environnement économique ; car le monde entier est aujourd'hui conscient de la nécessité de développer de nouveaux emplois, puisque le chômage est devenu un problème majeur. L'entrepreneuriat est devenu peu à peu la pièce maîtresse du développement (Observatoire des PME Européennes, 2003). De l'économie salariale, le monde entier semble vibrer aujourd'hui au rythme de l'économie entrepreneuriale. Le 3^e millénaire est marqué par le renouveau de l'esprit d'entreprendre qui affecte tous les pays et tous les domaines de la vie économique et sociale (Fayolle 2004). Ainsi donc, la conception du thème Entrepreneuriat a évolué en parallèle avec les mutations économiques et est devenu comme le disent Boutillier et Uzinidis (1995), « la pierre angulaire du développement économique ». De ce fait, l'on perçoit cette notion comme un thème d'actualité à cause de l'intérêt que lui portent les managers, dirigeants d'entreprise, enseignants, praticiens (Fayolle, 2004). L'entrepreneuriat subit un développement extraordinaire et l'entrepreneur apparaît alors comme le pilier de l'économie de marché et son activité comme apporteuse de valeur et de multiples avantages dans le bien-être (Janssen, 2014). Comme partout ailleurs dans les pays pauvres, l'emploi indépendant (opposé à l'emploi salarié) a pris de l'ampleur et les jeunes ont commencé à chercher des voies et moyens d'insertion professionnelle. Elle devient un marché sur lequel de nombreux acteurs publics ou privés demeurent dans les domaines de l'éducation, de la formation, du conseil, de l'étude et de la recherche, etc. (Bruyat, 1993).

A l'évidence, il semble alors que l'Entrepreneuriat, domaine réservé jadis aux hommes, connaît actuellement un bouleversement ; les femmes entrepreneures sont reconnues comme une force économique indéniable sur le plan international, même si la place qui leur est accordée varie d'un pays à un autre, et c'est à juste titre que les recherches avancées sur l'entrepreneuriat féminin figurent parmi les préoccupations principales de l'ensemble de la communauté internationale. Selon Brush (1992), le nombre de femmes qui démarrent et sont propriétaires de leurs affaires a cru considérablement au cours des années 1980, ce qui a accru le nombre de recherches allant dans ce sens. Les rapports du Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2012) qui constitue l'organisme le mieux reconnu dans le monde sur les études en entrepreneuriat, permettent d'avoir une large compréhension de l'entrepreneuriat féminin et permettent à ces dernières de le concevoir comme une carrière à part entière, de même que de disposer des outils nécessaires à leur épanouissement et au développement de leurs entreprises. Ce qui montre que selon une étude de l'ILO (2012) que les femmes dirigent désormais entre un quart et un tiers de toutes les entreprises formelles du monde entier. Dès les années 1980, en Afrique, la petite entreprise est perçue comme pourvoyeuse d'emplois et moyens de production ; et « la création d'entreprises devient un choix prioritaire des politiques publiques africaines » (Albagli et al. 1996). Au Cameroun, depuis la récession économique de 1986, la création d'entreprise constitue un enjeu social et économique majeur. La croissance du chômage s'est par conséquent accrue à cause de l'incapacité de l'Etat à absorber le flot des jeunes diplômés. C'est alors que les premiers salons de création d'entreprises ont été organisés à Yaoundé en 2001 afin d'inciter particulièrement les femmes (qui constituent plus de 50% de la population camerounaise) et les jeunes à l'esprit d'entreprise. Surtout que, l'entrepreneuriat féminin constitue un sujet riche d'intérêts pour l'économie camerounaise puisque, les femmes, tout comme les hommes, participent conjointement au développement économique de notre société et constituent une réelle source d'innovation et de création d'emplois. C'est alors que, l'entrepreneuriat féminin en même temps qu'il contribue à la croissance économique et à la création d'emplois¹ (l'accès aux postes de responsabilité participe à l'épanouissement de la femme dans le monde des affaires) permet aussi d'améliorer le statut social (double source de revenus pour l'homme et la femme, besoins élémentaires de la famille, lutte contre le chômage), la formation et l'état de santé des femmes et de leurs familles. C'est un facteur principal d'autonomisation des femmes (Gminder, 2003). Cette situation mérite que nous nous interroguions sur la situation de la femme entrepreneure au Cameroun afin de pouvoir repérer ses points forts et ses points faibles. Son profil doit également permettre de donner des informations sur ses caractéristiques et son potentiel. Cette étude permettrait d'apporter des éclairages pour l'Etat camerounais, pour les acteurs du développement et pour la femme entrepreneure elle-même à travers l'examen des facteurs pouvant constituer un frein au développement de leurs entreprises. C'est dans cette optique que le présent article tente d'évaluer le profil, les problèmes et la typologie des femmes entrepreneures au Cameroun ; afin d'expliquer leur succès ou leur échec.

Le succès ou l'échec des femmes entrepreneures est-il donc fonction de leur profil et des problèmes qu'elles rencontrent ?

¹ Les femmes ont investi le secteur de l'artisanat, de l'agriculture, du commerce et des services

2 CADRE THEORIQUE

Les composantes majeures de ce cadre théorique se réfèrent aux écrits traitant de l'entrepreneuriat en général et des caractéristiques et des typologies des entrepreneurs en particulier. Dans l'univers de l'entrepreneuriat, Fillion (1997) montre que l'analyse des behavioristes a dominé la recherche pendant plus de 20 ans. Cette analyse permet de savoir qui est l'entrepreneur et quelles sont ses caractéristiques. Pour Gasse et D'Amours (2000), ces caractéristiques sont particulières et peuvent varier d'un entrepreneur à un autre. Il met en évidence un certain nombre retrouvé chez les entrepreneurs à fort potentiel de croissance : la famille et les proches, le milieu immédiat ou la sous-culture, le niveau d'instruction, l'âge de l'entrepreneur au lancement de l'entreprise. Pour Verstraete et Fayolle (2005), l'entrepreneur combine des caractéristiques des principaux paradigmes du domaine.

Les premières véritables études sur l'entrepreneuriat ont été effectuées dans les années 1970 et ont mis l'accent sur les traits psychologiques et sociologiques des femmes entrepreneures et aux différences pouvant exister entre les hommes entrepreneurs et les femmes entrepreneures (Schrier, 1975 ; Schwartz, 1976, Hisrich et O' Brien, 1981). Les résultats de ces études ont montré certes qu'il existe des similitudes entre les hommes entrepreneurs et les femmes entrepreneures (Sexton, 1989). Par ailleurs, nombre d'auteurs attestent que les femmes propriétaires ont des comportements similaires notamment pour ce qui est de l'expérience professionnelle, des motivations pour se lancer en affaires, la croissance, la création (Schrier, 1975 ; Schwartz, 1976 ; Hisrich et Brush 1983 ; Chaganti 1986, etc.). Cependant, elles n'ont pas été totalement expliquées et des études récentes ont mis l'accent sur les aspects organisationnels notamment la stratégie, les problèmes et les styles de gestion. Très peu d'études ont examiné les facteurs environnementaux.

Selon Hughes et al (2012), la recherche sur l'entrepreneuriat féminin est caractérisée à l'âge de l'adolescence. Ceci se manifeste au vu du nombre croissant de conférences, revues spécialisées, de rapports GEM. Cette situation a conduit à une importance meilleure accordée à ces femmes et à leurs activités. Dans le contexte africain, force est-il de reconnaître que la plupart des entreprises évoluent dans le secteur informel et il importe d'effectuer des recherches devant permettre d'assurer le développement de ces entreprises. C'est dans cette optique que l'émergence de l'esprit entrepreneurial féminin en Afrique constitue l'une des solutions de lutte contre la crise économique. Et s'il est d'autant plus vrai que le dit Fayolle (2003) que, les entrepreneurs et plus particulièrement les créateurs d'entreprises jouent un rôle majeur dans le renouvellement du parc d'entreprise et dans la restructuration économique et industrielle, et que l'arrivée de nouveaux entrants permet de relativiser et de compenser le phénomène de disparition d'entreprises et de cessation d'activités, on constate que les nouveaux Entrepreneurs et les petites entreprises ont un impact important sur l'économie d'un pays. Les Etats-Unis, constituent avec le Canada les pays où les taux de participation sont les plus élevés au monde. D'ailleurs, la plupart des études dans le domaine y proviennent (Sweeney, 1982, Gartner, 1988, Bygrave et Hofer, 1991), de même qu'en France (Bruyat, 1993, Verstraete, 1999, Bouvier et al. 2008, Hernandez, 2001, Fayolle, 2004). Ainsi, selon Carrier et al (2006) plusieurs recherches ont été consacrées à l'entrepreneuriat féminin surtout pour comparer sa situation à celle de l'homme. Les aspects étudiés sont relatifs à leurs caractéristiques, leurs motivations, l'accès au financement, leurs modes de gestion. De toute la littérature produite, il ressort que les entrepreneures font face à d'énormes difficultés telles le niveau de formation, la conciliation vie de famille-vie professionnelle, l'accès aux financements et aux réseaux d'affaires, etc. C'est ainsi que l'un des plus grands challenges de l'heure y relatifs consistent à intéresser les hommes à l'entrepreneuriat féminin, afin de reconnaître la femme entrepreneure comme acteur économique à part entière et à les rendre plus fortes (Ionescu 2004). Surtout que comme le dit un rapport de l'OCDE (2012), les femmes constituent l'une des ressources inexploitées de l'entrepreneuriat. Du point de vue des classifications, plusieurs typologies sont développées dans la nature pour classifier les entrepreneurs. Smith et al. (1983) distinguent l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste. Laufer (1975) a suggéré quatre typologie d'entrepreneurs dont le manager ou l'innovateur, l'entrepreneur-propriétaire, l'entrepreneur refusant la croissance et l'entrepreneur artisan Vesper (1980) suggère onze types d'entrepreneurs : travailleurs autonomes, bâtisseurs d'équipe, innovateurs indépendants, multiplicateur de modèles, exploitants d'économies d'échelle, rassembleurs de capitaux, acquéreurs, artistes qui achètent et vendent, constructeurs de conglomerats, spéculateurs, manipulateurs de valeurs apparentes. Lavoie (1988) a proposé deux types d'entrepreneures : l'entrepreneure parrainée, l'entrepreneure jeune et scolarisée et l'entrepreneure sociale. La typologie de Julien et Marchesnay (1996) se base sur l'innovation et propose quatre types : le prospecteur, l'innovateur, le suiveur et le réacteur. Dans les pays en voie de développement en général et au Cameroun, en particulier, l'importance de la création d'entreprise est vitale pour la dynamique du développement. D'une manière générale, il ressort des différents travaux (Chaganti 1996, Hernandez 2001, Guyot et.al 2006) que la femme entrepreneure a une propension moins élevée que l'homme de s'engager dans le processus. Ce qui justifierait son comportement comme le disent Cornet et Constantinidis (2004) qui pensent que sa vie quotidienne résulte d'une interaction permanente entre sa vie professionnelle et familiale. Et que ses choix sont guidés par la position qu'elle occupe dans la société. Par ailleurs, une étude de l'OCDE (2004), dans l'Union Européenne montre que 87,4% des femmes entrepreneures ont une micro-entreprise de 1 à 9 employés. Après au moins trois ans d'existence, elles n'ont toujours pas de salariés et

créent dans des secteurs de service. C'est dans cette optique que Birley (1989), Lorrain et Dussault (1998), Aydi (2003) affirment qu'il existe plusieurs facteurs qui influencent la décision entrepreneuriale, le choix du marché et l'environnement des affaires dans lequel elle évolue. Ces facteurs ont trait au manque de garanties pour emprunter, aux barrières socio-culturelles, au niveau de revenu des femmes, au faible accès aux moyens de production, aux contraintes liées à la famille, au faible niveau d'instruction et de qualification des femmes, etc. (Roukatou, 2010). Pour Ionescu (2004), la décision d'entrer dans les affaires est liée à une crise économique ou à un choc personnel (divorce, chômage). Par ailleurs, l'on peut noter que ces facteurs bloquent l'accès à la formalisation des entreprises. De plus, selon une étude effectuée à Bruxelles en 2013, les femmes semblent concrétiser moins vite les projets de création que les hommes mais ceci n'altère en rien les ambitions qu'elles nourrissent.

Il importe donc de connaître les compétences requises pour y parvenir (Blawat, 1995). D'où la contribution de Bayad et al (2006) qui permet de faire un accompagnement pour permettre aux entrepreneurs de pouvoir développer leurs compétences pour une meilleure performance.

Selon Tsapi (2007), l'entrepreneuriat féminin consiste soit à pourvoir des ressources pour subvenir aux besoins d'une famille constituée d'une femme et ses enfants, soit à accroître le revenu de la famille, soit à constituer une garantie en cas de retournement de la situation du mari. Il s'est manifesté à travers, d'une part, les secteurs réservés dans lesquels les femmes ont investi et, d'autre part, leur implication dans les économies nationales. Par ailleurs, l'accompagnement devient une stratégie palliative aux insuffisances rencontrées chez les entrepreneurs (Kamdem et al. 2011). Certains auteurs ont observé que les caractéristiques culturelles de certains groupes ethniques stimulent des styles individuels d'expression entrepreneuriale alors que d'autres favorisent des styles collectifs. Plus généralement, le fait d'appartenir à certaines cultures est de nature à favoriser ou à défavoriser l'entrepreneuriat (Warnier, 1993). Ainsi, les normes et valeurs d'une région justifieront l'aptitude d'une société à développer une orientation forte de l'entrepreneuriat (Ramangalahy et al., 2002).

Ngok Evina (2007) à partir d'une étude du profil des entrepreneurs du Nord Cameroun, propose l'entrepreneur bâtisseur, prestige et dynamique. Evidemment, toutes les typologies présentées ici sont basées sur des critères de classification ce qui leur confère une certaine unicité. Seulement, elles donnent des orientations qui permettent de mieux comprendre les comportements des individus. Aucune des typologies n'a fait allusion aux femmes. En Afrique, l'entrepreneuriat féminin a fait l'objet de quelques études Saar (1998), kyanihib Hien (2002), Tchouassi (2002), Gillet (2000), Onana (2009), etc.

Les femmes entrepreneures elles choisissent des secteurs différents de ceux des hommes (la distribution de détail, l'enseignement et les autres activités de service) qui contribuent peu à la performance et à la croissance économique (ECAM I, 1996 ; Tchouassi, 2002 ; OCDE, 2004). Elles s'engagent dans des activités dites génératrices de revenus, ce qui dénote d'un faible passage de l'informel vers le formel. Cette situation peut s'expliquer par les difficultés auxquelles les femmes sont confrontées pour conduire leurs affaires (Kamdem et al, 2011).

Cependant, dans la mise en œuvre de son activité ou des relations avec son environnement, l'entrepreneure est souvent butée à un certain nombre de barrières. En effet, il est évident que le réseau entrepreneurial est d'une importance capitale pour les entrepreneurs. Il constitue un atout pour leur réussite personnelle. Une entreprise doit pour ainsi dire chercher à nouer des contacts, car l'entrepreneur est rarement quelqu'un d'indépendant. Il réorganise les ressources de la société autour de lui afin de mettre en œuvre une nouvelle valeur. Par ailleurs, il peut être indépendant au sens où il est libre de choisir ceux dont il dépendra, ainsi que la nature et le degré de cette dépendance (Peterson et al., 1990). Certains réseaux personnels sont constitués par les époux pour les femmes mariées, les parents pour les célibataires, les membres rapprochés de la famille ou les amis. D'autres plus professionnels sont constitués par les collègues, les syndicats, les associations, les consultants, etc. Ces réseaux déterminent en quelque sorte le succès entrepreneurial qui sera décrit à travers la relation suivante proposée par Peterson et al. (1990) :

Succès entrepreneurial = savoir-faire entrepreneurial + savoir-qui entrepreneurial + E +T².

Depuis quelque temps, nous assistons à un développement de groupements professionnels ou non au sein desquels se retrouvent les entrepreneurs/dirigeants d'entreprises. La mise en place de réseaux est incontournable puisqu'elle est de nos

² La réussite dans ce sens tient lieu du fait que les entrepreneurs doivent rassembler un certain nombre de ressources et de forces pour les aider à mettre en place une nouvelle création de valeur. Pour ce faire ils doivent entre autres disposer de certaines habiletés pouvant leur permettre de constituer un réseau social à titre personnel ou professionnel.

jours un facteur de succès et de savoir-faire de l'individu entrepreneur. Et bien entendu, ces réseaux n'existent que dans les régions où l'entrepreneuriat est assez actif. Leur mise en place a pour objectif la création des liens solides entre les dirigeants d'entreprises indépendamment de leurs secteurs d'activités ou le renforcement des liens existants déjà, dans l'optique de se connaître, d'échanger les expériences et les points de vue, de se faire mutuellement confiance et de se soutenir. Et comme l'ont si bien dit Peterson, Ronstadt et Wallot (1990, p. 37), « la croissance individuelle de l'entreprise et son développement économique reposent fortement sur l'entretien des contacts ».

D'autre part, Ponson (2002) considère que le groupement et le réseau peuvent jouer un rôle déterminant dans le renforcement des capacités de la femme entrepreneure en lui apportant la solidarité, l'identification des besoins de formation et de conseil, l'appui aux formalités d'enregistrement, etc. C'est donc dire que le développement de ces groupements doit également favoriser la participation à des réseaux mondiaux d'affaires, afin de permettre l'échange mutuel d'expériences, ce qui pourrait renforcer la confiance en ces femmes et leur permettre de s'épanouir davantage dans leur activité. Par ailleurs, ce comportement pourrait les aider dans la répartition des tâches, l'organisation des services, le partage de pouvoir, à stimuler le travail en équipe, afin de motiver et valoriser leurs employés au travail (Mione, 2002). Ainsi, par définition, un entrepreneur ne doit pas agir seul. Il doit s'entourer de personnes avec qui il a des liens familiaux, amicaux ou professionnels tant à l'intérieur de la structure qu'il a créée que dans sa vie entrepreneuriale en général (Doyle et Young, 2001 ; Minniti et al, 2004, Llussà, 2010). Sa capacité à pouvoir créer des réseaux autour de lui est fondamentale (Bouvier et al., 2008). Elle pourrait lui être profitable dans la découverte des opportunités de faire des affaires. D'autre part, la qualité de son entourage joue un rôle non négligeable dans sa réussite. Par conséquent, il serait envisageable pour lui, de tisser des liens sociaux sereins avec son entourage. Ce qui constituerait indéniablement une source de soutien pour sa réussite (OCDE, 2004). Les réseaux masculins sont les plus nombreux dans l'environnement économique où il existe également beaucoup de réseaux féminins. Nous pouvons citer à titre d'exemples au Cameroun le GFAC, le FEAC, la Mutuelle Financière des Femmes Africaines, Le FCEM, l'ASAFE, etc. De cette analyse, pourrait découler l'hypothèse suivante :

Hypothèse 1 : L'appartenance à un réseau d'affaires contribue à un savoir-faire entrepreneurial, et par conséquent explique le succès ou l'échec de l'entrepreneure.

Les valeurs sociales restent importantes dans le cadre de l'entrepreneuriat qui apparaît comme un phénomène identifiable par rapport à une région. Et ainsi, les comportements sont déterminés à partir des habitudes de ces régions, leur culture, et leurs besoins (Boubakar, 2004). Selon Pendelieu (1997), le comportement est la partie visible de l'attitude entrepreneuriale du sujet qui agit en connaissance de cause, car il aime et maîtrise son entreprise et son milieu. Son comportement est donc de fait empreint de cette attitude et sa réussite dépendra de celle-ci. Le poids de la culture dans le processus de création d'une entreprise, dans la gestion des activités ou dans la vie quotidienne d'une entreprise est de nos jours d'une importance capitale. Ceci signifie que la culture aurait une influence sur le comportement des entrepreneurs, puisque l'entrepreneuriat n'est pas un phénomène homogène. C'est un phénomène qui s'explique par l'interprétation, l'assimilation et l'intégration des facteurs tels que les besoins, les habitudes, les cultures d'une région. Par ailleurs, ces attitudes s'observent dans la façon d'agir ou de monter les entreprises. Il est vrai que toute action entrepreneuriale se conçoit à l'intérieur de l'environnement qui la caractérise. Sur un tout autre plan, la situation matrimoniale peut jouer un rôle important en ce sens qu'elle accélère dans certains cas le processus et le retarde dans d'autres. Tout compte fait, ce sont des éléments à prendre en compte lors du lancement de l'entreprise. Certains auteurs ont observé que les caractéristiques culturelles de certains groupes ethniques stimulent des styles individuels d'expression entrepreneuriale alors que d'autres favorisent des styles collectifs. Plus généralement, le fait d'appartenir à certaines cultures est de nature à favoriser ou à défavoriser l'entrepreneuriat (Warnier, 1993). Ainsi, les normes et valeurs d'une région justifieront l'aptitude d'une société à développer une orientation forte de l'entrepreneuriat (Ramangalahy et al., 2002). De l'analyse des travaux effectuée ci-dessus, nous pouvons émettre l'hypothèse suivante :

Hypothèse 2 : Le groupe ethnique auquel appartient la femme entrepreneure la prédispose ou non au sens des affaires.

Mais l'accès aux ressources constitue encore un problème et certaines études (Kamdem et al, 2011) ont mis en exergue la prédominance des structures informelles dans le processus d'acquisition des ressources et des compétences des entrepreneurs africains. Dans la plupart des cas, il s'agit de faire un lien avec la contribution des femmes au développement économique, à la lutte contre la pauvreté et les inégalités sociales de genre. Notre revue de la littérature montre que l'entrepreneuriat féminin au Cameroun est peu analysé. D'où l'intérêt de cette étude. L'insuffisance des recherches et des données statistiques dans le domaine ne nous ont pas permis de dresser un portrait des entrepreneures d'où la question suivante : quels sont les éléments qui permettent de classer le profil de l'entrepreneure au Cameroun et quels sont les entraves au développement de l'entreprise ?

3 METHODOLOGIE DE L'ETUDE

La méthode utilisée pour collecter les données est l'administration directe d'un questionnaire comportant des questions fermées et ouvertes, formulées très simplement pour faciliter la compréhension aux répondantes, et permettre de connaître comment les femmes ont procédé pour en arriver là où elles se trouvent. Il est structuré ainsi qu'il suit : identification de l'entreprise enquêtée, le profil de l'entrepreneure, le cheminement de l'entrepreneure. Pour l'élaborer, nous nous sommes inspirées de l'analyse de Fillion (1997, 2000) et de Ionescu (2004). Une analyse exploratoire a de prime à bord été effectuée pour vérifier la faisabilité du sujet et procéder au repérage des entrepreneures. Ces entrepreneures étant regroupées dans des réseaux sociaux, ce travail a été facilité et nous nous sommes retrouvées avec une importante liste qui nous a servi de base de sondage. De celle-ci, nous avons extrait notre échantillon, en veillant à ce que les membres qui avaient été choisis respectent certains critères³. Ainsi, les noms qui nous ont été remis ne devaient pas provenir seulement du secteur d'activité de celle qui nous a orientées, encore moins du seul réseau dont elle était membre. En somme, à l'issue de nos démarches, nous avons pu élaborer une liste théorique de 150 entrepreneures à interroger dont 10 étaient introuvables sur le terrain. Nous avons pu administrer à la fin de cette opération, 140 questionnaires aux femmes entrepreneures qui figuraient sur notre liste. Les questions tournaient autour des points suivants : qui sont les femmes entrepreneures au Cameroun ? Existe-t-il des difficultés spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ?

Pour ce qui est des questions fermées, le répondant devait cocher directement une réponse, ce qui facilitait le codage. Pour coder le questionnaire, les questions sont à choix multiples et à choix uniques. Dans le même ordre d'idées, l'échelle de Likert à cinq points a été utilisée pour faciliter le traitement scientifique des données. Pour les questions ouvertes, une analyse de contenu a été faite pour catégoriser les différentes réponses obtenues. La codification a été faite directement sur le questionnaire afin de faciliter le dépouillement. De ces questionnaires, 120 sont retournés et nous avons obtenu 95 réponses exploitables soit un taux de réponse global de 79,16%. L'échantillon de cette recherche est par conséquent composé de 95 entrepreneures créatrices d'entreprise (toutes les branches d'activité y sont représentées). Le tableau ci-dessous présente la répartition de l'échantillon par ville :

Tableau 1. Echantillon enquêté pour l'étude par ville

Villes de l'enquête	Nombre de questionnaires administrés	Nombre de répondants	Questionnaires exploitables	Questionnaires non exploitables
Maroua	35	32	20	12
Garoua	25	21	17	04
Ngaoundéré	20	20	18	02
Yaoundé	25	18	17	01
Douala	35	29	23	06
Total	140	120	95	25

Source : nos enquêtes

Le traitement de données est fait par les logiciels SPSS pour les tris à plats et les tests de Khi deux et SPAD 5.0 pour l'analyse factorielle compte tenu des variables qui sont qualitatives et de la taille de l'échantillon. Nous avons établi une liaison entre les différents axes factoriels que nous avons interprétés. Au regard de la nature des variables de notre étude, nous avons choisi la méthode d'analyse des CORMU. L'objectif recherché est réduire les données afin de mieux les structurer. Il a donc fallu recoder les variables à choix multiples pour une meilleure lisibilité sur le tableau. Les variables ayant trait à l'analyse des correspondances sont celles correspondant aux caractéristiques des entrepreneures et des entreprises et de celles relatives à la personnalité de l'entrepreneure.

³ Il est très fréquent que cette manière de faire crée certains biais en faisant une auto désignation successive des entrepreneures. Cette sélection avec critère avait pour but d'éviter que les contacts des femmes entrepreneures qu'on nous donnait ne soient pas les contacts personnels (par exemple, qu'elles ne nous présentent pas que les femmes avec qui elles ont des relations amicales ou de travail).

4 PRESENTATION DES RESULTATS

4.1 CARACTERISTIQUES DES ENTREPRENEURES DE L'ECHANTILLON

Les variables ayant permis d'évaluer le profil de l'entrepreneure sont : l'âge de l'entrepreneure, l'ethnie, le niveau d'étude et le type de formation qu'elle a reçu, la part de capital, le domaine principal de compétence, la situation professionnelle au moment de la création, et enfin les types de produits sur lesquels elle travaille. Ainsi, à partir de la synthèse des travaux de Gibb et Ritchie, (1983) ; Hisrich et Brush (1986); Marchesnay et Julien, (1996) ; Fillion, (1997) ; Pendelieu, (1997) ; Duchéneaut et Orhan, (2000) et de nos observations, nous pouvons dire que la femme entrepreneure au Cameroun dispose des caractéristiques suivantes : l'âge, la situation de famille, l'appartenance ethnique, la formation, le domaine de compétences, l'expérience. Généralement, les femmes se lancent en affaire à tout âge, mais 38,9% des entrepreneures enquêtées avaient entre 31 et 40 ans au moment de la création de leur entreprise. Ce qui pourrait se justifier par le fait qu'elles ont passé beaucoup de temps à amasser les fonds nécessaires au démarrage de leur entreprise et ont connu nombre d'expériences de la vie ; ou comme le dit Gasse (2002), par le fait que « certaines personnes ont plus de probabilités de créer des entreprises que d'autres » ou encore par le fait qu'elles étaient occupées à leur charges familiales . Ces résultats correspondent aux données de l'INS (2006)⁴, dont la moyenne d'âge des actifs est de 33 ans et la moitié des emplois est occupée par les femmes. Toutefois, au moment de l'enquête, 51,6% d'entrepreneures avaient créé leur entreprise entre 2001 et 2008, tandis que 36,8% avaient des entreprises créées entre 1991 et 2000. Ces deux catégories constituent la majorité des entreprises de l'échantillon et montrent que la grande proportion des femmes entrepreneurs est ancienne dans cette fonction puisqu'elles se situent dans l'intervalle de 1991 à 2008. Ce qui donne une moyenne d'âge d'environ 43ans. Il n'y avait aucune étrangère dans cet échantillon. Toutes les femmes entrepreneures enquêtées sont de nationalité Camerounaise. 2/3 d'entre elles sont mariées (64,2%) et vivent maritalement (2,1%) et 1/3 est réparti entre célibataires (16,8%), divorcées (6,3%) et veuves (10,5%). Ce qui signifie qu'une femme sur trois a des charges familiales. A l'exception des célibataires, on note une prédominance des foyers monogames. Ils constituent 72,7% de l'échantillon. A contrario, il n'y a que 27,3% qui vivent dans un ménage polygame. L'on constate également sur le plan national que, ce sont les femmes qui sont le plus souvent en charge de ménages mono-parentaux (59,8%), car elles sont devenues chefs de ménage suite au décès du mari (38,0%), suite à une séparation (12,4%) ou encore suite à son absence. 13,7%, d'entrepreneures ont des enfants entre 2 et 5 enfants. Cette charge ajoutée à celle de la gestion des ménages, constitue un problème. Ce qui parfois peut perturber le bon déroulement de leurs activités. Le fait d'être entrepreneur n'éloigne pas les femmes de la maternité (Grisé et Lee-Gosselin, 1987). Ainsi, certaines femmes entrepreneures affirment qu'elles concilient aisément vie familiale et vie professionnelle. Elles continuent par ailleurs à faire des enfants même en étant des chefs d'entreprise. Les entrepreneures sont issues de familles nombreuses : 32,6% sont des aînées, 16,8% sont des deuxièmes, 15,8% sont troisièmes, 9,5% sont quatrièmes ou septièmes et 6,3% sont cinquièmes. Ceci mène à la conclusion qu'il existe des positions de naissance qui prédisposent à l'entrepreneuriat. Dans les familles nombreuses, l'aîné prend des responsabilités assez tôt, organise, et a tendance à s'engager dans les affaires pour s'en sortir.

27,4% des entrepreneures sont des Bamilékés. 13,7% sont des Peules. 12,6% sont des Moundang. Les Guiziga suivent avec 8,4% et les Douala 4,2%. Les Toupouri, Moufou, Anglophone, Ewondo, Kanouri et Dii représentent chacune 3,2% de l'échantillon. Ensuite, les Massa, Mboo, Mboum représentent chacune 2,1% de l'échantillon. Les Bassa, Babouté, Boulou, Yabassi, Yambassa, Mafa, Hidé, et Haoussa représentent chacune 1,1% de l'échantillon. Beaucoup d'ethnies ne sont pas représentées ici. Bien que ces résultats ne soient pas généralisables, il demeure que, l'appartenance à certaines ethnies prédispose à l'entrepreneuriat chez les femmes camerounaises. Nous avons classé les ethnies en trois grands groupes afin de faciliter nos analyses : le Grand Ouest (GO) est constitué des Bamilékés et des femmes anglophones originaires des régions du Nord-Ouest et du Sud-ouest ; le Grand Nord (GN) est constitué des Peules, Moundang, Guiziga, Dii, Haoussa, Hidé, Kanouri, Mafa, Massa, Mboum, Moufou, Toupouri ; le Grand Sud (GS) est constitué de Bassa, Boulou, Douala, Ewondo, Yabassi, Yambassa, Mboo, Babouté ; ces résultats corroborent ceux de Kamdem et al (2011) et ceux de Warnier (1993). Les proportions y afférentes sont consignées dans le tableau suivant :

⁴ Les données dont il est question ici proviennent du rapport de l'enquête sur l'emploi et le secteur informel (EESI) dans sa phase 1 (phase visant à appréhender les activités économiques des ménages dans le secteur informel). Il est important de souligner ici que cette enquête a été la toute première du genre organisée au Cameroun sur le plan national.

Tableau 2 : Présentation selon l'ethnie de l'entrepreneure

		Fréquence	Pour cent	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	GO	29	30,5	30,5	30,5
	GS	14	14,7	14,7	45,3
	GN	52	54,7	54,7	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Source : Notre enquête

44,2% des entrepreneures étudiées ont le niveau du secondaire ; 22,1% ont fait des études supérieures, et 18,9% ont fait le primaire. Celles qui n'ont jamais été à l'école constituent la plus faible proportion de l'échantillon (14,7%). Toutefois, elles ont reçu au moins une formation minimum leur permettant de s'exprimer, même si celle-ci limite leur champ d'action dans les affaires. Ces résultats peuvent se justifier par l'amélioration de l'offre en formation et par le gel des recrutements pendant quelques années dans la fonction publique. Par ailleurs, la saturation de l'emploi dans les entreprises comme l'indiquent les résultats de l'EESI effectuée en 2005, peut être également un facteur explicatif de la propension à la création des entreprises constatée chez les intellectuels. D'autre part, le taux de chômage croît avec le niveau scolaire. Ce taux est assez faible chez les actifs qui n'ont jamais été scolarisés, et qui sont probablement moins exigeants par rapport au type d'emploi qu'ils acceptent d'exercer. Il est par contre plus élevé chez ceux qui ont suivi un cursus universitaire ou qui ont suivi les études du deuxième cycle dans le secondaire général. Les entrepreneures les plus nombreuses de l'échantillon sont celles ayant suivi une formation générale (44,2%). Les entrepreneures n'ayant pas un niveau confortable, ont plutôt suivi une formation technico-professionnelle, commerciale, financière ou un tout autre type de formation reçu sur le tas. Elles représentent une proportion de 13,7%. Quelque soit le niveau de formation, l'entrepreneure cherche à compléter ses connaissances en se formant sur le terrain ou directement dans l'exercice de son activité. Ce qui justifie la proportion de la formation technique / professionnelle qui est de 33,7%. Cependant, ce résultat diffère des proportions nationales. Les études effectuées montrent en effet que le niveau d'instruction des actifs occupés dans les villes de Douala et de Yaoundé est de loin le plus élevé : 9 années d'études réussies en moyenne contre moins de 4 années en milieu rural.⁵ (EESI, 2005). La proportion obtenue pour la formation générale peut se justifier par le fait que ce type de formation était autrefois privilégié par la majorité des Camerounais. Ceux qui se sont engagés dans les filières techniques étaient très peu nombreux. D'ailleurs, dans notre environnement, il y a plus de lycées et collèges d'enseignement général que de collèges et lycées d'enseignement technique. Or, la branche qui prépare le mieux à l'entrepreneuriat c'est l'enseignement technique et professionnel. Cet ordre d'enseignement permet aux femmes qui se lancent dans la création d'avoir des connaissances variées dans des domaines qui pourraient être un atout à la recherche de l'idée de création ou au montage des projets d'entreprise. L'engouement à créer davantage d'entreprises aujourd'hui se justifie par la multiplicité des établissements compétitifs de formations professionnelles qui se sont rapidement développés dans l'environnement pour inciter à l'auto-emploi. Les domaines de compétence des femmes entrepreneures de l'échantillon, ont trait principalement aux activités commerciales (45,3%). Bien qu'en général les femmes d'affaires ne se spécialisent pas dans un seul, leur domaine privilégié et celui où elles réussissent le mieux reste le commerce. Elles le maîtrisent bien et elles s'y sentent à l'aise, comme le confirment bon nombre d'entre elles : « Nous, on s'en sort parce qu'on ne s'accroche pas à une activité unique. On vend tout, pourvu que ça rapporte quelque chose. C'est le commerce qui nous permet à la fois de vivre et d'accumuler le capital ». Le tableau ci-dessous en donne une illustration précise :

⁵ Il faut ajouter à ces caractéristiques le fait que les femmes actives au Cameroun occupent 42% des emplois en milieu urbain contre 52% en milieu rural. Elles sont minoritaires dans les deux plus grandes villes, Douala et Yaoundé (40% des emplois), mais majoritaires dans les régions du Centre, Littoral, Nord-Ouest et Ouest. De plus, elles sont plus actives dans le secteur dit le plus féminisé qui est le secteur informel non agricole, puisque la moitié des actifs informels sont des femmes. Ces données concordent avec nos résultats qui montrent que les activités non agricoles de notre échantillon constituent 85,3% contre 14,7% pour les activités agricoles.

Tableau 3. Présentation selon le domaine de compétence de l'entrepreneure

	Fréquence	Pour cent	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide commerciale	43	45,3	45,3	45,3
technique	29	30,5	30,5	75,8
managerial	18	18,9	18,9	94,7
financier	5	5,3	5,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

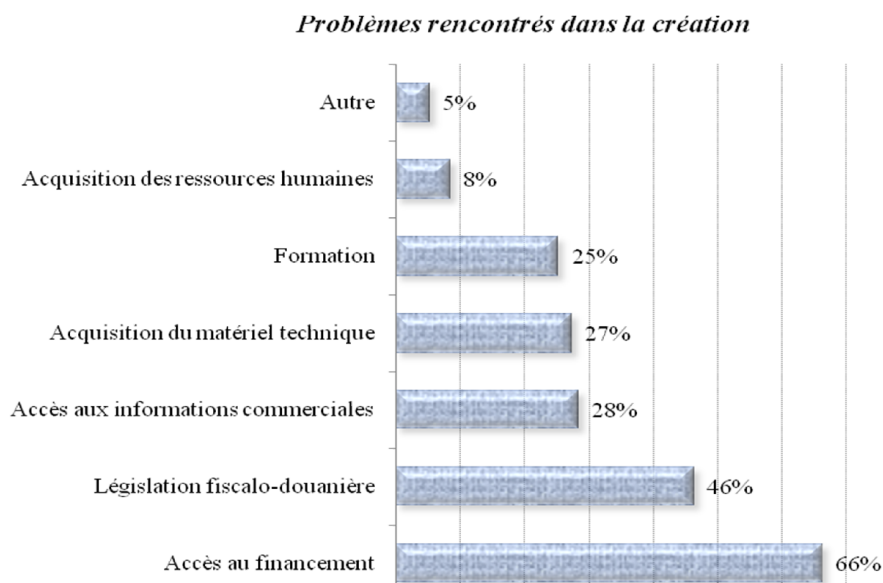
Source : Notre enquête

Ces proportions nous conduisent à l'analyse suivante : 30,5% des entrepreneures de notre étude disposent de beaucoup de compétences techniques. Comme la majorité des femmes entrepreneures dirigent elles-mêmes leurs entreprises, elles peuvent exercer directement leur métier et acquérir en même temps les compétences nécessaires. En effet, les femmes entrepreneures se font parfois aider lorsqu'elles en ont les moyens par des personnes salariées qui peuvent être ou non de leur famille. C'est ainsi qu'elles acquièrent des compétences managériales (18,9%). Quant aux compétences financières, 5,3% de femmes entrepreneures n'en disposent presque pas, étant donné qu'elles se cantonnent dans un type précis d'activité. Cette situation de précarité les oblige parfois à faire recours aux autres pour s'en sortir. D'autre part, cette acquisition de compétences pourrait être justifiée par l'expertise dont disposent les entrepreneures laquelle a été acquise à 74,7% sur le terrain et dans une moindre mesure dans le cocon familial (23,2%). Ce qui traduit selon Warnier (1993) l'insuffisance de compétences chez les entrepreneurs en Afrique en général. Malgré les lacunes observées dans les domaines managérial et financier, 76,8% de femmes entrepreneures avaient une expérience professionnelle préalable à la création de leurs entreprises : 16,8% l'ont acquise dans les séminaires, 14,7% l'ont acquise à l'école, 12,1% l'ont obtenu dans la famille, 9,5% dans les groupements féminins, 15,8% dans d'autres lieux. Nous pouvons donc affirmer comme (Ducheneaut et Orhan, 2000) que, l'expérience semble jouer un rôle assez important dans la constitution des compétences de la femme entrepreneure qui proviennent évidemment de l'apprentissage sur le terrain. Par ailleurs, la femme entrepreneure peut également acquérir l'expérience dans ses relations de tous les jours si elle a été dans un milieu professionnel, dans ses contacts avec ses collègues, avec d'autres responsables d'entreprise, dans des associations, dans la cellule familiale ou même dans son foyer. Cette attitude contraste un peu avec l'existant puisque les opératrices économiques dans l'ensemble bien que s'intéressant aux activités commerciales, ont des connaissances limitées sur le monde des affaires. Pour nombre d'entrepreneures, le début de leur activité marque également un début d'apprentissage. Et, plus elles évoluent dans leur activité, plus elles y développent une certaine maîtrise. Dans notre échantillon, 55,8% de répondantes ont affirmé entretenir fréquemment des relations avec des dirigeants d'entreprises malgré leurs occupations. 62,1% affirment être membres d'un réseau qui sont tous des regroupements de femmes travailleuses indépendantes et chefs d'entreprises. Cette volonté de regroupement peut se justifier par le fait que les femmes se disent très souvent frustrées par la gent masculine, ou victimes d'isolement lorsqu'elles sont propriétaires de petites structures. Elles essaient ainsi de se prendre en charge en créant un cadre où elles pourraient être à l'aise pour évoquer leurs problèmes entre elles étant donné qu'elles bénéficient d'une meilleure écoute. Ce qu'elles ne trouvent pas facilement dans la majorité des réseaux dont la constitution se fait sur une base informelle et qui sont favorables beaucoup plus aux hommes (Cornet et Constantinidis, 2004). D'autre part, les réseaux mixtes n'acceptent généralement que celles des femmes d'affaires qui ont des moyens importants. Ce constat trouve confirmation dans les résultats de nos enquêtes puisque celles des entrepreneures qui sont adhérentes d'un réseau nous ont affirmé à 75,7% qu'elles avaient bénéficié des relations d'affaires qui leur ont permis de faire des rencontres, d'échanger les expériences, d'apprendre et de se former auprès des autres. Elles disent qu'elles puisent leur soutien pour avancer dans leurs affaires des réseaux qui ont eu, pour 56,8% de celles qui sont membres, une influence positive sur le fonctionnement de leurs entreprises. Pour la plupart, le réseau favorise le développement des activités, l'approfondissement des connaissances, le prestige, bref, il leur procure des avantages somme toute professionnels. Cependant, la proportion de 37,99% de nos répondantes qui ont dit ne pas être membres d'un réseau n'est pas à négliger. Les raisons de cette non-adhésion sont nombreuses: les responsabilités familiales, l'ignorance ou le manque d'informations, l'importance et le fonctionnement des réseaux, les complexes, le manque de moyens financiers pour y accéder, le manque de temps pour des activités de ce genre, la non perception de la nécessité d'appartenir à un réseau, la réticence de ces réseaux à accepter les jeunes entreprises, etc.

4.2 LES PROBLEMES RENCONTRES PAR LES FEMMES DANS LE PROCESSUS DE CREATION

Les entrepreneures rencontrent beaucoup de difficultés dans leur parcours. Une grande partie de leur comportement de création peut être justifié par l'existence de celles-ci et les moyens personnels qu'elles utilisent pour les contourner. Nous avons identifié certains problèmes qui apparaissent très souvent dans la littérature et nous avons essayé de vérifier auprès des entrepreneures de l'étude celles qui les concernent le plus. Les proportions sont présentées dans le graphique ci-dessous :

Graphique 1 : Pourcentage d'entrepreneures ayant cité les problèmes ci-dessous comme étant ceux rencontrés dans la création de l'entreprise



Source : Notre enquête.

Le principal problème des entrepreneures c'est l'accès au financement (66%). Ce problème s'est manifesté dans les difficultés d'acquisition du capital de départ des entrepreneures. 49,5% de femmes ont dit ne pas disposer d'informations sur le crédit, tandis que 40% ont déclaré manquer de garantie pour emprunter. Ce qui les a conduites vers l'accumulation de leur capital de départ par leurs propres moyens, comme affirmé dans certaines études (Coleman, 2004). Et comme les femmes font rarement appel aux banques lorsqu'elles démarrent une activité, il est normal que très peu de répondantes soient informées sur le coût du crédit. Elles représentent 17,9% de l'échantillon. En réalité, ce pourcentage montre aussi sur un autre plan que le coût du crédit en lui-même ne pose pas de problème aux entrepreneures, mais c'est plutôt son obtention. Néanmoins, 50,5% d'entrepreneures connaissent l'existence des structures de crédit. Les données chiffrées sont condensées dans le tableau ci-dessous :

Vu sous cet angle, l'accès au financement constitue le principal frein à l'accès des femmes dans le monde industriel. D'ailleurs, selon une étude de l'OCDE (2012), les hommes chefs d'entreprise recourent plus aux crédits bancaires que les femmes chefs d'entreprise. Ce qui s'expliquerait par le manque d'actifs auxquels les banquiers accordent de la valeur tels que le manque d'expérience ou de garantie, l'insuffisance de trésorerie, la rareté des ressources, etc. Du coup, selon l'OCDE, l'accès difficile au financement pourrait justifier le choix des entreprises de plus petite taille par les femmes. L'une de nos répondantes nous a révélé ce qui suit : *Mon capital de départ provient de la couture que j'exerçais et du coup de main que m'a donné mon père. Pour ouvrir mon propre atelier, j'ai demandé un prêt à la banque, mais je ne l'ai jamais obtenu et j'ai été découragée. Je me suis lancée à fond dans mon activité et j'ai bénéficié d'un financement d'un organisme international et grâce à Dieu, aujourd'hui, je suis propriétaire (Mme A, couture, broderie, teinture).*

Voici une deuxième histoire qui apporte la preuve que les femmes éprouvent de sérieuses difficultés pour accéder au crédit bancaire : *J'ai commencé par l'élevage des caprins que j'ai hérité de mes parents. J'ai voulu me lancer dans l'embouche*

bovine mais je n'ai même pas essayé de demander du crédit parce que j'ai le sentiment que mon dossier de demande ne serait jamais accepté. (Mme O., élevage).

Le manque d'informations constitue aussi un obstacle majeur : *J'ai besoin de financement pour développer mon activité mais je ne sais même pas par où commencer pour m'informer sur l'existence des organismes de financement (Mme K., prestataire de services).*

En dehors de l'épineux problème de financement, les problèmes les plus rencontrés lors du démarrage des activités sont liés à la législation fiscal-douanière (46%), l'accès aux informations commerciales (28%), l'acquisition du matériel technique (27%) et la formation (25%). Ces contraintes sont liées à l'exercice de la profession de l'entrepreneure. Elles sont d'ordre technique. La lourdeur et le coût des formalités administratives au démarrage constituent un réel problème lié à l'exercice de l'activité même de l'entrepreneure. Les entrepreneures se plaignent que les taxes sont très élevées et que la douane est très compliquée ; ce qui favorise la fraude et la corruption. Il faut donc disposer de plusieurs atouts pour s'en sortir sans grande difficulté. Par exemple, pour être compétitives sur le plan national, voire international, les femmes exportatrices doivent intégrer l'économie moderne sur un même pied d'égalité que les hommes. Comme elles n'en ont pas les moyens, les femmes entrepreneures restent confinées dans de petites structures. Elles rencontrent des problèmes de communication liés au manque d'informations commerciales suffisantes sur les marchés. Le manque de moyens justifie aussi qu'elles n'arrivent pas à acquérir le matériel technique pour leur faciliter la tâche. Elles sont également handicapées par leur faible niveau de formation, raison pour laquelle elles ignorent les règles relatives à l'importation des marchandises. Le recrutement des ressources humaines ne constitue pas tellement un problème. Il ne représente que 8% de l'échantillon ; les problèmes d'autres natures peuvent aussi constituer un obstacle. Ils représentent un pourcentage non négligeable de 5%.

4.3 ANALYSE TYPOLOGIQUE DE L'ENTREPRENEURE

La paternité de l'analyse typologique est attribuée à Filion (1997) pour qui on ne peut présenter le domaine de l'entrepreneuriat sans parler de typologie. Cette étude, sur la base du profil et des difficultés énoncées plus haut, débouche sur une typologie des entrepreneures camerounaises. Elle est élaborée à partir d'une analyse factorielle des correspondances qui prend en compte les variables ayant trait aux caractéristiques des entrepreneures et des entreprises, de celles relatives à la personnalité de l'entrepreneure et de celles qui déterminent ses méthodes de gestion. Il est important de noter que ces variables ont été choisies en fonction de leur contribution à la création des axes factoriels. C'est ainsi que celles ayant les contributions les plus fortes ont été choisies et nous ont permis d'obtenir cinq axes. Il est important de signaler que nous avons procédé à l'analyse des facteurs à travers les contributions relatives des modalités à l'inertie du facteur. Nous avons fait recours aux coordonnées factorielles et aux cosinus carrés. Les graphiques eux, représentent exclusivement les coordonnées factorielles (voir annexes).

Il ressort de cette analyse que les femmes propriétaires d'entreprises pensent toutes être des entrepreneures au vrai sens du terme. Elles ont le sentiment de gérer une entreprise, avec tous les aléas, malgré qu'elles aient des compétences tournées vers le management, le commerce et la technique. Le domaine auquel elles accordent le plus d'importance bien que ne disposant pas de compétences suffisantes est le domaine financier. La preuve en est donnée au travers de leur chiffre d'affaires. La typologie qui découle de cette analyse est la suivante :

- **Les pseudo-entrepreneures** que l'on retrouve à Maroua et Ngaoundéré. Les entreprises dirigées par cette catégorie de femmes étant assez vieilles, elles ne réussissent pas à sortir de leurs conditions. Les caractéristiques du comportement des entrepreneures montrent qu'elles effectuent le travail à peine requis pour maintenir l'organisation en vie afin de pouvoir survivre. Elles n'ont pas de perspective de développement et n'apportent aucune innovation à leurs activités. Leur rentabilité est faible (l'indicateur c'est le faible chiffre d'affaires). Elles sont, en outre, exposées à plus de possibilités d'échec.
- **Les pragmatiques** : ce sont les entrepreneures évoluant à Yaoundé et Garoua. Ces femmes ont eu une certaine expérience et savent tirer profit des opportunités qui s'offrent à elles. Elles ont rassemblé leur capital de départ grâce à l'expérience dont elles bénéficient et elles ont su tirer profit de leur environnement. Elles mettent également leur maturité et leur savoir-faire au profit de la conservation et de la satisfaction de leur clientèle.
- **Les débrouillardes** : elles évoluent à Maroua et Yaoundé. Elles ont la volonté de réussir et sont à la recherche permanente de leur indépendance. Elles sont sociables, mais leur chiffre d'affaires est faible. Leur manque de formation place leurs entreprises en équilibre précaire.
- **Les optimistes** : elles se retrouvent à Ngaoundéré. Elles savent ce qu'elles veulent et mettent leurs compétences au profit de la technique pour y arriver ; elles sont convaincues que l'environnement auquel elles appartiennent et la participation au réseau sont un atout non négligeable. Leur résultat mensuel prouve qu'elles ont la ferme volonté d'émerger et elles sont convaincues qu'elles y arriveront.

- **Les professionnelles** sont à Douala et à Yaoundé. Il s'agit des femmes qui cherchent à atteindre leurs objectifs. Pour cela, elles mettent leur savoir-faire au service de leurs entreprises. La gestion de leurs familles et de leurs entreprises de manière conjointe ne pose aucun problème. Elles sont assez organisées et recrutent des professionnels, envers qui leur comportement est simple, puisqu'elles leur permettent de participer à la prise de décision. La recherche de la clientèle est une quête permanente et c'est elle qui garantit le succès.
- **Les indépendantes** sont à Garoua et Ngaoundéré. Elles sont assez jeunes dans le métier et disposent d'attributs liés à leurs origines, à leurs expériences passées, à leurs objectifs et à leur mode de gestion. L'important, c'est de prendre des initiatives et de se sentir autonomes donc indépendantes des autres.
- **Les carriéristes** : elles sont à Ngaoundéré, mais originaires du Grand Ouest. Elles sont guidées par une forte volonté de réussir. Ce qui justifie leur engagement dans les affaires. Elles ont le sens des affaires, mais sont confrontées aux difficultés, notamment d'étroitesse de part de marché et environnementales qui conditionnent le type d'activité à exercer. Ces difficultés sont propres à la ville où elles évoluent.
- **Les dynamiques** : elles se retrouvent à Douala, mais appartiennent au groupe ethnique du Grand Nord. Elles ont des objectifs précis en fonction desquels elles recrutent le personnel. Leur vision est orientée vers la croissance et le développement de l'entreprise. Elles ont en outre bénéficié de l'expérience qu'elles ont eue avant la création. Ce qui est un atout majeur au moment de la création de leurs entreprises. En même temps qu'elles recherchent la clientèle pour accroître leurs parts de marché, elles mettent en place des moyens de satisfaction celle-ci.
- **Les solidaires** : elles se retrouvent à Douala. La forme juridique de leurs entreprises justifie leur nom. Elles sont caractérisées par le besoin d'accomplissement et la ferme volonté de réussir. Mais leur objectif premier est social, puisqu'il s'agit de faire participer le maximum de femmes à l'activité. Elles mettent en avant les relations professionnelles et utilisent à cet effet un style démocrate. Elles s'impliquent toutes pour le devenir collectif de l'entreprise.
- **Les ambitieuses** sont au Nord. Leur comportement découle de celui de leurs parents qui sont des entrepreneurs, ce qui leur donne le sens des affaires. Elles ont la volonté de faire mieux et de se faire connaître à travers leurs activités. Leur avenir repose sur leur capacité à pouvoir gérer et à pouvoir conserver leur clientèle.

5 DISCUSSION DES RESULTATS

L'analyse de ces résultats permet de savoir si le profil et la typologie de la femme entrepreneure que nous avons retracé peuvent justifier le succès ou l'échec de l'entrepreneure. Eu égard à la longueur du parcours qu'elles auront tracé et à travers lequel elles auront cheminé, la situation n'est pas aussi simple car, si certaines entrepreneures ont une propension plus grande à aller vers l'échec, celles qui s'en sortent mettent souvent en place des stratégies de maintien de la situation ou de développement de l'activité. Et encore, nous pouvons constater qu'une situation qui aujourd'hui semble favorable puisse tourner à un échec et vice-versa. Tout dépend des politiques que ces entrepreneures adoptent et de leurs capacités et volonté à vouloir rester ou non dans la légalité. Les entrepreneures font bien référence à un processus pour arriver à la création de leurs entreprises. Ce processus peut ou non respecter les étapes à suivre. Il suffit, comme l'ont montré Saporta et Kombou (2000), d'entretenir une symbiose étroite avec son milieu afin de pouvoir détecter à temps les opportunités qui s'y présentent et savoir les exploiter de manière efficace et efficiente. Il s'agit là d'une caractéristique de la démarche entrepreneuriale. Par ailleurs, L'Entrepreneuriat est un sujet riche d'intérêts pour l'économie camerounaise, puisque la création d'entreprise intéresse les pouvoirs publics. Il est donc d'actualité, et l'incitation à créer des entreprises tant par les instances dirigeantes du pays que par les structures patronales, constitue le leitmotiv pour créer de la richesse, de l'emploi afin de mener le Cameroun à l'émergence⁶. D'autre part, la thématique de cette recherche est centrée sur l'entrepreneuriat féminin, qui a fait l'objet de peu de recherches spécifique. L'analyse des résultats permettrait d'aider les pouvoirs publics à mieux cibler le type d'entrepreneure viable parmi les ambitieuses, les carriéristes et les dynamiques qui pourrait être aidée et avoir de réelles chances de prospérer pour améliorer la performance économique du pays. Par contre, le groupe les solidaires qui constitue une forme assez particulière d'entrepreneuriat (car basée sur le social), mérite qu'on y accorde un peu plus d'attention.

⁶ L'émergence ici a trait à la logique d'édition du Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi à l'horizon 2035. Ce document qui est un cadre de référence pour l'action gouvernementale, fixe l'objectif principal que le Cameroun devienne un pays émergent à l'horizon 2035. Pour y arriver, le pays compte mettre en place une triple stratégie cohérente et intégrée : une stratégie de croissance, une stratégie d'emplois et une stratégie d'amélioration de la gouvernance. Par ailleurs, l'un de ses objectifs est de booster l'économie à travers l'accélération du niveau de création des PME pour améliorer le cadre des affaires.

Un résultat important à souligner ici est le pourcentage d'entrepreneures Camerounaises (100%). Toutes celles enquêtées sont des Camerounaises ; l'environnement de l'entrepreneuriat serait-il fermé aux étrangères ? Disposer de l'esprit d'entreprise ne suffit donc pas. Les procédures de mise en route des entreprises devraient être facilitées tant pour les Camerounaises que pour les étrangères. Les entrepreneures pourraient s'organiser en conséquence en réseaux professionnels et sociaux d'affaires pour un échange de valeurs culturelles et économiques. Cet échange constituerait alors une piste d'opportunité pour renouveler l'environnement des affaires.

Les variables à expliquer pour le test d'hypothèses sont le succès ou l'échec pour H1 et le sens des affaires pour H2. Celles explicatives sont l'appartenance à un réseau de femmes entrepreneures pour H1 et l'appartenance au groupe ethnique pour H2. Le tableau ci-dessous présente les résultats de ces hypothèses :

Tableau 5. résultat du test d'hypothèses

Hypothèses	Khi 2 calculé	Degré de liberté	Probabilité	Valeur du Phi	Coefficient de contingence	Seuil de signification choisi
Succès ou échec du dirigeant	6,326	1	0,012	-0,258	0,250	5%
Sens des affaires	5,278	1	0,022	-0,236	0,229	5%

Source : notre enquête

Le test est significatif pour les deux hypothèses. Nous pouvons ainsi conclure qu'il existe bel et bien un lien significatif entre l'ethnie et le comportement des femmes entrepreneures, et un lien significatif entre le fait d'appartenir à un réseau et être une bonne dirigeante. D'où la validation des hypothèses H1: L'appartenance à un réseau d'affaires contribue grandement à un savoir-faire entrepreneurial, et par conséquent explique le succès ou l'échec de l'entrepreneure ; et H2 : Le groupe ethnique auquel appartient la femme entrepreneure la prédispose ou non au sens des affaires.

6 CONCLUSION

Le Cameroun fait partie de ces pays qui disposent de bien de richesses naturelles (bien qu'aujourd'hui jugées insuffisamment exploitées) mais qui sont considérés comme pauvres à cause de leur faible croissance économique. L'une des pistes de résolution de cet épineux problème par les pouvoirs publics est la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Pour y parvenir, les Etats concernés doivent non seulement sensibiliser les femmes à s'engager dans des initiatives privées, mais aussi, ils devraient penser à mettre en place des structures concrètes d'aide à la création d'entreprise. Par ailleurs, le succès de l'entreprise appartenant à l'individu, méritent qu'on y accorde une attention particulière. Il semblerait que le succès et le choix de l'activité des femmes entrepreneures soit lié à certains facteurs (Welsh et Young, 1984 ; Hisrich et Brush, 1991): sa capacité à avoir accès à l'information, à l'expérience dont elle dispose, à son niveau d'éducation, à son sens d'organisation et de planification, à ses motivations, à l'appartenance à un réseau, à son esprit d'innovation et de créativité, au degré de soutien de sa famille, qui peut y jouer un rôle tant positif (faciliter la conciliation entre la vie professionnelle et la vie de couple) que négatif (imposer certaines règles de conduite aux femmes dans la société),etc.

La recherche scientifique pourrait s'intéresser au sens accordé à la création et aux valeurs propres attribuées tant aux femmes qu'aux hommes, compte tenu de son importance dans le processus de développement. On pourrait ainsi explorer d'avantage les facteurs distinctifs des différents groupes, de même que les facteurs socio-culturels qui pourraient favoriser ou handicaper leurs pratiques entrepreneuriales, ainsi que le démarrage de leurs activités. Cette étude a permis de nous rendre compte que les entrepreneures détiennent des activités non catégorisées et qui manquent parfois de vitalité. Ce qui, par conséquent, les expose à des obstacles qui ne sont pas toujours résorbés malgré les aides pouvant leur parvenir de tout horizon. Nous estimons par conséquent qu'il est important d'attirer l'attention sur la nécessité de mettre en place des procédures de vulgarisation des possibilités de financement en vue de la création d'entreprise par les femmes, de sorte que ce problème ne constitue plus un fléau qui mine l'entrepreneuriat en général et l'entrepreneuriat féminin en particulier dans notre pays. On doit davantage insister sur les pratiques de réseautage mixtes. Cependant, l'échantillon de cette étude étant réduits, les résultats restent limités et d'autres aspects liés à la nature de l'activité de l'entrepreneure méritent d'être approfondis.

REFERENCES

- [1] C. Albagli et G. Henault, *La création d'entreprise en Afrique*, Aupelf-Uref, Vanves, Edicef, 208 p., 1996.
- [2] G. Aydi, « Capital social entrepreneurial, performance de l'entreprise et accès aux ressources externes », *Actes de la 12^e conférence AIMS*, Carthage, 2003.
- [3] M. Bayad, Y. Boughattas, C. Schmidt, «Le métier de l'entrepreneur: le processus d'acquisition de compétences», *Actes CIFEPME 8^e Edition*, Fribourg, Suisse, 2006.
- [4] S. Birley, « Female entrepreneurs: are they really any different? », *Journal of Small Business Management*, janvier, pp.32-371,1989.
- [5] K. Blawat, «Defining the entrepreneur: a conceptual model of entrepreneurship», 1995.
- [6] Boutillier S. Et Uzinidis D., *L'entrepreneur, une analyse socio-économique*, Paris, Economica, 110 p., 1995.
- [7] X. Bouvier, C. Barilari, S. Espic, C. Chaillet, S. Bennacer, J-F.Louis, J. Arlotto, P. Miro, *Créer son entreprise*, Paris, Nathan, 352 p., 2008.
- [8] C. Brush, « Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, may, summer, pp.5-30, 1992.
- [9] C. Bruyat, « Création d'entreprise : contribution épistémologique et modélisation », *Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion*, Université Pierre Mendès-Grenoble II, Ecole supérieure des affaires, 1993.
- [10] W.D. Bygrave Et C.W. Hofer, «Theorizing about entrepreneurship», *Entrepreneurship theory and practice*, winter, pp 13-22, 1991.
- [11] C. Carrier, P.A. Julien Et W. Menvielle, « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années », *Revue Internationale de Gestion*, vol. 31, N° 2, été, pp. 36-50, 2006.
- [12] R. Chaganti, « Management in women-owned enterprises », *Journal of Small Business Management*, vol. 24, N°4, novembre, pp. 18-29, 1986.
- [13] A. Cornet Et A. Constantinidis, « Entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciées », *Revue Française de Gestion*, juillet/août, vol 30, N° 151, pp 191-204, 2004.
- [14] B. Ducheneaut Et M. Orhan, *Les femmes entrepreneurs en France*, Paris, Séli Arslan, 384 p., 2000.
- [15] J.P. Duprez, J.L. Guyot, Et O.Lohest, *La création d'entreprise en région Wallone : analyse spatiale du phénomène*, 17 pages, 2006.
- [16] Enquête Camerounaise sur les Ménages (ECAM I), *Distribution des revenus et Consommation des ménages au Cameroun en 1996*, Résultats de l'ECAM I, 1996.
- [17] Enquête sur l'Emploi et le Secteur Informel au Cameroun (EESI), *phase 1 : Enquête sur l'Emploi*, Rapport Principal, décembre, INS, 2005.
- [18] Y. Evrard, B. Pras Et E. Roux, *Market, études et recherches en marketing*, 3^e édition, Paris, Dunod, 699 pages, 2003.
- [19] A. Fayolle, « Quelques idées et suggestions pour étudier le processus entrepreneurial », *Revue des sciences de gestion, Direction et Gestion*, N° 200, mars-avril, pp. 15-29, 2003.
- [20] A. Fayolle, *Entrepreneuriat : apprendre à entreprendre*, Paris, Dunod, 392pages, 2004.
- [21] L.J. FILION, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue Internationale PME*, automne, vol 10, N° 2, pp. 129-172, 1997.
- [22] L.J. Filion, « Le métier d'entrepreneur », *Revue Organisations et Territoires*, automne, vol 6, N° 2, pp. 29-45, 1997.
- [23] L. J. Filion, « Six types de propriétaires-dirigeants de PME » in *Revue Organisations et Territoires*, hiver, vol 9, N° 1, p 5-16, 2000.
- [24] W. B. Gartner, « Who is an entrepreneur? is the wrong question », *American Journal of Small Business*, spring, pp. 11-32, 1988.
- [25] Y. Gasse, « Les créateurs d'entreprise et les influences de leur environnement », *actes du 6^e Congrès International Francophone sur la PME*, octobre, HEC Montréal, pp. 1-9, 2002.
- [26] Y. Gasse, A. D'amours, « Profession : entrepreneur », Montréal, Québec-Charlesbourg, *les Editions Transcontinental inc.*, pp. 1-12, 2000.
- [27] A. Gibb, J. Ritchie, « Understanding the process of starting small businesses », *European Small Business Journal*, vol 1, N°1, pp. 1-18, 1983.
- [28] A. Gillet, *Les femmes créatrices des PME en Algérie : motivations, parcours socio professionnels et stratégie d'existence*, pp. 1-19, 2000.
- [29] C.U. Gminder, *Promotion de l'entrepreneuriat féminin : les stratégies et outils du cycle de projet*, Manuel pour les praticiens, Direction du Développement et de la Coopération, Secteur Emploi et Revenus, 2003.
- [30] J. Grise, H. Lee-Gosselin, « Les femmes propriétaires-dirigeantes : mythes et réalités (première partie) » *Revue de Gestion des PMO*, vol. 3, N° 1, pp. 3-5, 1987.
- [31] E.-M. Hernandez, *L'entrepreneuriat : Approche théorique*, L'Harmattan, Paris, 270 pages, 2001.

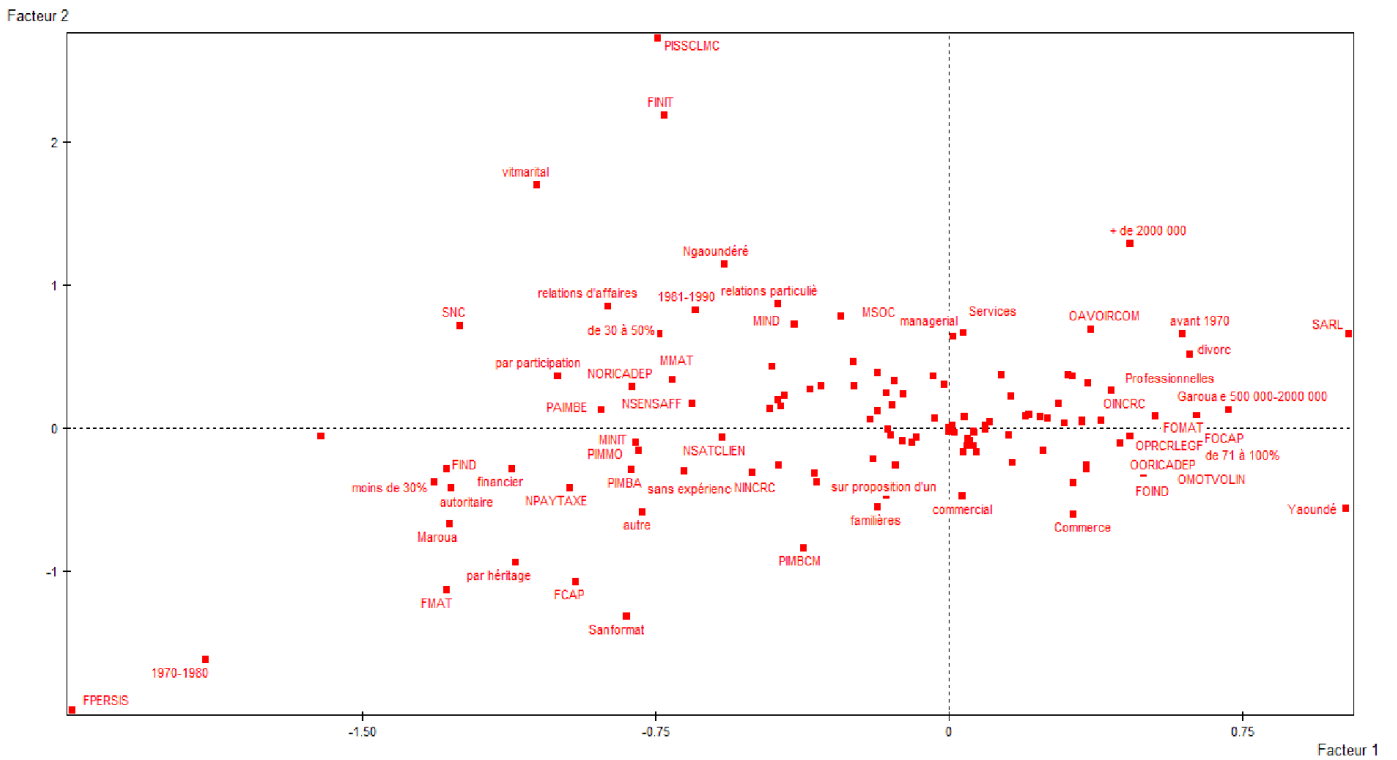
- [32] R.D. HIRICH et C. BRUSH, «The woman entrepreneur: implications of family, educational, and occupational experience», *Frontiers in entrepreneurship research*, Wellesley, Babson College pp. 255-270, 1983.
- [33] R.D. HIRICH Et C. BRUSH, «The woman entrepreneur: management skills and business problems», *Journal of small business management*, January, pp. 30-37, 1984.
- [34] J.A. Hornaday, «Research about living entrepreneurs», in Kent, C.A, et al. (Eds.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewoods Cliffs, N.J., Prentice Hall, pp. 20-34, 1982.
- [35] K. D. Hughes, J. Jennings, C. Brush, S. Carter Et F. Welter, «Extending women's entrepreneurship research in new directions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, may, pp 429-442, 2012.
- [36] ILO, Global estimate of labour Executive Summary, 2012, [Online] Available: <http://www.ilo.org/entreprise>
- [37] D. Ionescu, «Women entrepreneurship: a second best solution? », *Finance et bien commun*, N° 20, pp. 79-90, 2004.
- [38] F. Janssen, *entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*, De Boek Supérieur, Belgique, 1^{ère} édition, 2^e tirage, 343 pages, 2014.
- [39] P-A Julien. et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Paris, Economica, 112 pages, 1996.
- [40] E. Kamdem (sous la direction), *Accompagnement des entrepreneurs : genre et performance des très petites et petites entreprises en phase de démarrage dans les villes de Douala et Yaoundé (Cameroun)*. Edition du Codesria, 2011.
- [41] H.F. Kyanihib, « L'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire », 2002, *The CDS report series*, septembre, pp. 1-44, 2002 [Online] Available : <https://www.google.cm/search?q=Kyanihib+Hien&ie=utf>
- [42] J. Laufer, (1975), « Comment on devient entrepreneur », *Revue Française de Gestion*, novembre 1975, pp. 11-23.
- [43] D. Lavoie, « les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », *Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme*, Ottawa, 1988.
- [44] J. Lorrain et L. Dussault, « Relation between psychological characteristics, administrative behaviour and success of founders entrepreneurs at the start-up stage», *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Babson College, p. 150-164, 1988.
- [45] M. Marchesnay, « Entrepreneuriat : une vue kaléidoscopique », *Revue Internationale PME*, vol 13, N°1, pp. 105-116, 2000.
- [46] G.G. Meredith, R. E. Nelson et P. A.Neck, *Gestion et esprit d'entreprise : guide à l'usage des chefs de PME*, 4^e édition, Bureau International du Travail Genève, 209 pages, 1982.
- [47] J.F. Ngok Evina, «le développement de la TPE camerounaise: évidences ou paradoxes?», *communication et organisation (en ligne)*, p150 à 166, 2007.
- [48] Observatoire des PME européenne, les PME en Europe, commission européenne, 2003
- [49] OCDE, « mesurer l'entrepreneuriat féminin », dans *Panorama de l'entrepreneuriat 2012*, éditions OCDE, p 21 à 36, 2012.
- [50] F.-X. Onana, « Une analyse comparée des motivations et des modes de gestion des femmes entrepreneurs au Cameroun », *Les mutations entrepreneuriales*, pp. 113-129, 2009.
- [51] G.Pendelieu, *Le profil du créateur d'entreprise*, Paris, L'Harmattan, 232pages, 1997.
- [52] C. Ramangalahy, T.V. Menzies, L.J. Filion, G.A. Brenner Et M.Dicarmel, « Entrepreneuriat ethnique et développement local-comparaisons des contributions des entrepreneurs ethniques au Canada: les Chinois, les Italiens, les Indiens/Sikhs », *Cahier de Recherche N° 8*, août, 22 pages, 2002.
- [53] Rapport OCDE, *L'Entrepreneuriat féminin : questions et actions à mener*, Juin Istanbul, 2004.
- [54] Roukatou, « Contribution à la connaissance du comportement de création d'entreprise par les femmes au Cameroun », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, 413 pages, 2011.
- [55] K. H. Vesper, *New ventures strategies*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice Hall, 1985.
- [56] F. Sarr, *L'entrepreneuriat féminin au Sénégal. La transformation des rapports de pouvoirs*, Paris, l'Harmattan, 301 pages, 1998.
- [57] B. Saporta Et L. Kombou, « L'entrepreneuriat africain : mythe ou réalité ? », *Histoire d'Entreprendre*, pp. 239-249, 2000.
- [58] J. W. Schrier, « The female entrepreneur: a pilot study», Milwaukee, Center for venture management, 1975.
- [59] E. B. Schwartz, «Entrepreneurship: a new female frontier », *Journal of contemporary business*, winter, pp 47-76, 1976.
- [60] D. L. Sexton, «Research on women business owners », *women-owned businesses*, New York, pp 183-193, 1989.
- [61] R. N SMITH. et B. J. Miner, «Type of entrepreneur, type of firm, and managerial motivation: implication for organisational life cycle theory», *Strategic management journal*, vol. 4, pp. 325-341, 1983.
- [62] G.P. Sweeney, *Les nouveaux entrepreneurs : petites entreprises innovatrices*, Paris, les Editions d'Organisation, 119 pages, 1982.
- [63] G.Tchouassi, « Entreprendre au féminin au Cameroun: possibilités et limites », *Champ de l'entrepreneuriat et dynamique des sociétés*, N°2, Bordeaux, pp. 509-521, 2002.
- [64] V. TSAPI (sous la direction), *Création, développement, gestion de la petite entreprise africaine*, Editions Clé, Yaoundé, 517pages, 2007.
- [65] T. Verstraete, *Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Paris, l'Harmattan, 207 p., 1999.
- [66] T. Verstraete Et A. Fayolle, « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4(1), p.33-52, 2005.

[67] J.-P. Warnier, *L'esprit d'entreprise au Cameroun*, Paris, Karthala, 295 p., 1993.

[68] H. B. Welsh Et E. C. Young, « Comparative analysis of male and female entrepreneurs with respect to personality characteristics, small business problems and information source preferences», *Proceedings- International Council for small business*, pp 2-10, 1982.

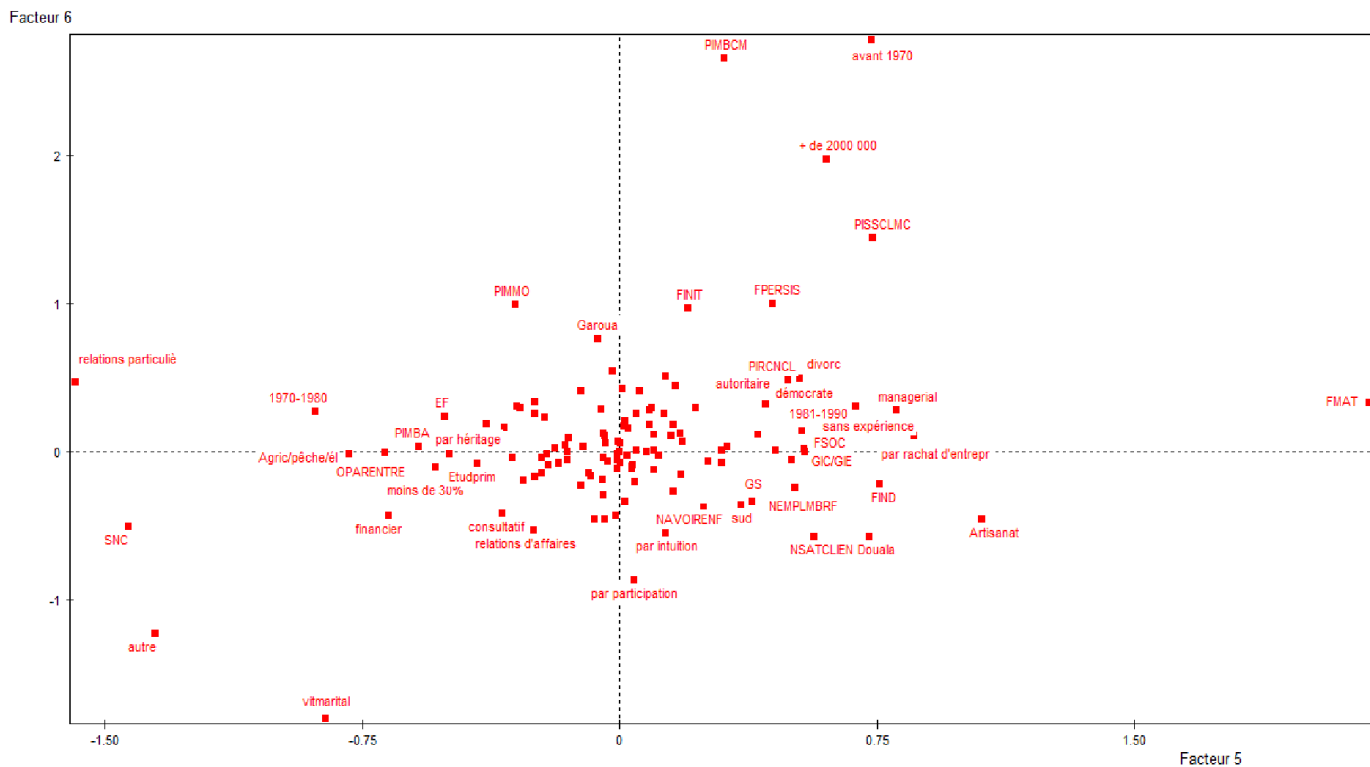
ANNEXES

Graphique 21 : Représentation des différentes modalités sur les axes1 (horizontal) et 2 (vertical)



Source : Notre analyse

Graphique 4 : Modalités ayant permis de construire et d'interpréter l'axe 5



Source : Notre analyse