Revue Internationale des Sciences de Gestion
ISSN: 2665-7473
Volume 6 : Numéro 2

Les motivations du choix sectoriel à tendance masculine dans l'entrepreneuriat féminin

Motivations for male-dominated sector choice in female entrepreneurship

AKAM BIYIHA Frank Vallès
Doctorant en Sciences de Gestion
École Normale Supérieure de l'Enseignement Technique de Douala (ENSET)
Université de Douala
Laboratoire de Recherche en Techniques de Gestion Appliquée (LAREGA)
Cameroun
Vallesakam1990@gmail.com

BILOA FOUDA Catherine Nicole
Docteur en Sciences de Gestion
École Normale Supérieure de l'Enseignement Technique de Douala (ENSET)
Université de Douala
Laboratoire de Recherche en Techniques de Gestion Appliquée (LAREGA)
Cameroun
cnbiloafouda@gmail.com

Date de soumission : 15/04/2023

Date d'acceptation : 15/05/2023

Pour citer cet article :

AKAM BIYIHA F. V. & BILOA FOUDA C. N. (2023) «Les motivations du choix sectoriel à tendance masculine dans l'entrepreneuriat féminin», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 6 : Numéro 2 » pp : 902 - 929

Résumé :

En entrepreneuriat, le choix du secteur d'activité est primordial. En effet, le créateur d'un commerce traditionnel de proximité ne se situe pas sur la même échelle de rentabilité/risque que le créateur d'une start-up de haute technologie. D'après la littérature, selon qu'il s'agisse d'un secteur d'activité, correspond un type particulier de motivations à y entreprendre. Quoique les motivations entrepreneuriales aient été un sujet de recherche abondamment exploité, les motivations entrepreneuriales des femmes et de leurs choix sectoriels restent encore des pistes à définir sur les plans théorique et empirique.

Cette étude vise donc à comprendre les motivations des femmes entrepreneurs camerounaises *cross-overs*. Pour ce faire, les études approfondies et comparatives sont réalisées sur 10 femmes entrepreneures. Une sélection par échantillonnage théorique est opérée dans quelques secteurs dits « masculins » à savoir : agriculture, construction, information et communication, industrie manufacturière, transport…Les résultats de notre recherche indiquent que le choix d'entreprendre de ces femmes dans les secteurs dits « masculins » découle des motivations actives, passives et matérielles.

Mots clés : Motivations entrepreneuriales; motivations passives, actives et matérielles; secteurs d'activités; entrepreneuriat féminin; théorisation ancrée.

Abstract :

In entrepreneurship, the choice of business sector is crucial. Indeed, the creator of a traditional local business is not on the same scale of profitability/risk as the creator of a high-tech start-up. According to the literature, depending on the sector of activity, there is a particular type of entrepreneurial motivation. Although entrepreneurial motivations have been an extensively researched topic, women's entrepreneurial motivations and their sectoral choices are still an area of theoretical and empirical investigation.

This study therefore aims to understand the motivations of Cameroonian women entrepreneurs. To do this, in-depth and comparative studies are carried out on 10 women entrepreneurs. The results of our research indicate that the choice of entrepreneurship of these women in the so-called "male" sectors stems from active, passive and material motivations.

Key words: Entrepreneurial motivations; passive, active and material motivations; sectors of activity; female entrepreneurship; grounded theorizing.

Introduction

Aujourd'hui, les femmes entrepreneures participent considérablement au développement économique des pays partout dans le monde. Il faut rappeler que le taux d'activité entrepreneuriale (TEA) des femmes ces dernières années s'est accru de 7%, et l'écart homme-femme s'est réduit de 6% dans 61 pays sur les 83 considérés (GEM, 2018-2019). Malgré cette évolution notoire et le dynamisme entrepreneurial dont font montre les femmes, il se dit que leurs entreprises sont moins portées vers la croissance par rapport à celles détenues par les hommes (Anna et al., 2000). Cela s'expliquerait par leur choix sectoriel.

En entrepreneuriat, le choix du secteur d'activité est primordial. En ce sens qu'il existe, d'une part, les secteurs traditionnels comme ceux de la mer, de la terre, du bâtiment, du commerce, de l'artisanat, des arts et tourisme et, d'autre part, les secteurs en développement comme ceux des services à la personne, de l'internet ou du développement durable qui sont autant de gisements de métiers d'avenir et de foyers de création d'entreprises (Pluchart & Leclerc, 2010). Bien que les opportunités soient présentes dans tous ces secteurs d'activités, elles présentent des profils « rentabilité/risque » différents. En effet, le créateur d'un commerce traditionnel de proximité ne se situe pas sur la même échelle de rentabilité/risque que le créateur d'une start-up de haute technologie (Pluchart & Leclerc, 2010).

Cependant, l'un des mythes qui prévaut dans l'entrepreneuriat féminin et qui met en mal ses perspectives reluisantes concerne les secteurs d'activité des femmes entrepreneures. En effet, selon ce dernier, tous les secteurs d'activités sont accessibles à tous les genres (Brière.S et al.,2021). Seules les femmes entrepreneures œuvrent préférablement et délibérément dans certains secteurs d'activités traditionnellement dits « féminins » tels le commerce de détail, la restauration ou encore l'éducation (Brière.S et al.,2021). Des secteurs que l'on qualifie selon la littérature de peu innovants, à faible valeur ajoutée, faible intensité capitalistique et faible barrière à l'entrée ; contrairement aux secteurs traditionnellement dits « masculins ». Si ce mythe tend à une réalité dans le contexte camerounais, il est à rappeler que les femmes entrepreneures camerounaises présentes de plus en plus dans les secteurs reconnus aux hommes, participent à le déconstruire.

D'après Shane et al.,(2003), le choix sectoriel effectué durant la phase de création est, souvent, en partie, corrélé aux motivations afin de cerner les raisons pour lesquelles un entrepreneur choisit un secteur au détriment d'un autre. De ce qui précède, la probabilité que les

entrepreneurs de nécessité créent une entreprise dans des secteurs d'activité à faible revenu; contrairement aux entrepreneurs d'opportunité, est élevée (Block & Wagner, 2010) . Dans un contexte africain où le sexisme paternaliste et les stéréotypes de genre en vogue dans nos sociétés définissent les rôles entre les sexes, et tendent à exclure les femmes des secteurs productifs et rentables, il est de bon aloi de s'interroger sur les motivations des femmes entrepreneures *cross-over*[1], qui, jusqu'ici, n'ont pas encore été élucidées dans les recherches.

D'après le dernier recensement général des entreprises de 2016 au Cameroun, les femmes entrepreneures camerounaises sont considérablement présentes dans les secteurs dominés par les hommes au Cameroun. C'est le cas par exemple du secteur des transports (13,76%); électricité gaz (16,02%); agriculture (28,94%); Industrie alimentaire (32,56%); industrie manufacturière(42,45%); extraction (7,14%); construction(5,85%); télécommunications (21,12%); banques et assurances (25,17%).

Bien que les motivations entrepreneuriales aient été un sujet de recherche abondamment exploité, les motivations entrepreneuriales des femmes et de leurs choix sectoriels restent encore des pistes à définir sur les plans théorique et empirique. C'est ainsi que nous nous sommes posés la question de savoir les raisons pour lesquelles les femmes camerounaises créent des entreprises dans les secteurs d'activité réputés "masculins"? Quelles sont les motivations entrepreneuriales à l'origine de leur choix sectoriel?

Pour cerner notre objet de recherche, La méthode de recherche adoptée est qualitative et fondée sur 10 entretiens en face-à-face sous forme d'interview. Le présent travail présente premièrement le concept de motivations entrepreneuriales et ses variantes push, pull et mix. Deuxièmement, définit ce que c'est qu'un secteur d'activité et ses caractéristiques. Troisièmement, il s'est agi de voir la déclinaison des motivations entrepreneuriales quant aux choix sectoriels, telle que le sous-tend la littérature. Quatrièmement, nous présentons la méthodologie de recherche que nous avons utilisé pour comprendre les raisons du choix des secteurs d'activités dits masculins dans l'entrepreneuriat féminin. Enfin, pour finir, notre étude s'achève par une discussion transversale des aboutissements de notre travail analytique, mettant ainsi en avant les nouveaux aspects motivationnels du choix d'un secteur d'activité.

[1] Expression qui désigne les femmes qui ont délaissé les secteurs d'activités traditionnellement dits féminins pour créer les entreprises dans les secteurs réputés masculins (Cherchi & Kirkwood, 2019).

1. Cadre théorique de l'étude

1.1. Motivations entrepreneuriales

La motivation entrepreneuriale, puisqu'il s'agit d'elle, peut se recouper en trois sous catégories génériques : les motivations de type *push* et les motivations de type *pull* et les motivations mixtes.

La motivation *push* ou entrepreneuriat de nécessité est le fait de créer une entreprise par contrainte, le seul choix est celui de devenir entrepreneur. Il résulte d'un « conflit entre la situation actuelle de l'individu et celle qu'il souhaiterait connaître » (Torres & Fimbel 2020, p.13). «C'est un choix par défaut auquel les individus se sentent acculés par des facteurs extérieurs : suite à des faillites, des licenciements, des plans sociaux, des restructurations suite à fusions, du chômage de longue durée» (Torres & Fimbel 2020, p.166-167).

D'après Torres et Fimbel (2020) la motivation *pull* ou entrepreneuriat d'opportunité/indépendance voit «la création d'entreprise comme le résultat d'une culture entrepreneuriale. Elle serait motivée par une recherche d'indépendance et d'autonomie, mais aussi par le fait d'avoir repéré une opportunité d'affaires à développer» (p.16). L'opportunité d'affaires et le désir d'indépendance sont les dimensions de l'entrepreneuriat d'opportunité; et bénéficient d'une perception positive car la création d'entreprise apparait ici comme la conséquence d'une réelle volition.

En plus, les motivations entrepreneuriales peuvent etre de type mix, c'est-à-dire un enchevêtrement de facteurs *push* et *pull* et être regroupés sous forme économiques et/ou non économiques. C'est dire qu'un entrepreneur peut être motivé à la fois par les deux catégories de facteurs.

Les motivations entrepreneuriales peuvent aussi etre reçues sous le prisme des facteurs économiques et non économiques. Lesquels, sont recoupables en quatre catégories (Gabarret & Vedel, 2015; Torres & Fimbel, 2020)

Deux définies comme économiques

•le besoin d'un moyen de subsistance ou la création de son propre emploi;

• l'envie d'améliorer ses revenus ou la possibilité d'exploiter une affaire hautement rentable;

et deux autres définies comme non économiques;

• la recherche d'un travail satisfaisant, dans lequel l'individu peut exprimer toutes ses capacités et réaliser tous ses rêves professionnels;

• le désir d'indépendance et d'autonomie.

1.2. Secteurs d'activités à tendance masculine: Définitions et Caractéristiques

Dans la littérature, les secteurs dominés par les hommes sont souvent définis comme ceux dans lesquels les hommes possèdent plus de 50 % des entreprises. Campos et al., (2011) ont défini les secteurs dominés par les hommes comme ceux dans lesquels les hommes possèdent plus de 75 pour cent des entreprises. Mais généralement certaines études se concentrent sur les entreprises détenues à plus de 75 pour cent par des hommes, pour une bonne représentativité de l'échantillon.

Les secteurs à prédominance masculine sont les secteurs considérés comme étant la chasse gardée des hommes, reposant fermement sur la technologie et l'innovation (Kyalo et al., 2013). Les entrepreneurs de ces secteurs sont vus comme des personnages apportant de nouveaux produits et de nouvelles idées (Kropp & Zolin, 2005). Les entreprises de ces secteurs affichent toujours une croissance élevée en termes d'emploi et de chiffres d'affaires. Bien que ces secteurs dépendent fortement de la personnalité des fondateurs, ils nécessitent un apport financier important au démarrage (Turk & Shelton, 2004).

Les secteurs généralement classés comme étant à prédominance masculine sont ceux appartenant à un secteur industriel particulier, par exemple, les technologies de l'information ou l'ingénierie selon Grinstein et Goldman (2004). En plus, les entreprises qui en font partie comptent très souvent un nombre élevé d'employés ayant un niveau de scolarisation élevé (Grinstein & Goldman, 2004).

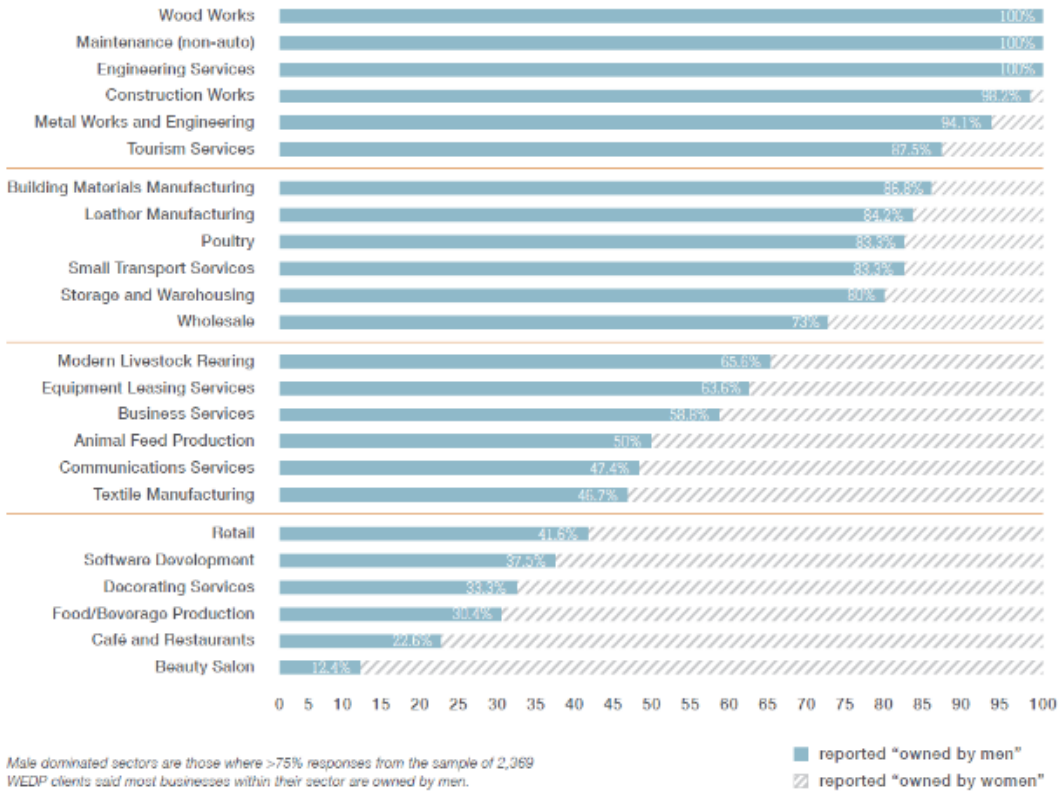
Dans cette recherche, il est important de ressortir les différents aspects clés des secteurs d'activités tendancieusement masculins, pour voir leur congruence avec l'image qu'on leur associe du point de vue économique, sociale et culturel d'une part, et faire une sculpture typique desdits secteurs d'activités d'autre part.

Les secteurs dominés par les hommes dans tout le monde entier concernent généralement : les secteurs manufacturiers et l'agriculture. Dans le secteur manufacturier, les secteurs dominés par les hommes comprennent la métallurgie et l'ingénierie, la construction, la fabrication et la réparation d'autres produits manufacturés, la fabrication et la réparation (à l'exception de l'Indonésie et du Vietnam, où certains de ces secteurs sont concentrés chez les femmes). En outre, l'agriculture (y compris la sylviculture et la pêche) est dominée par les hommes dans tous les pays (à l'exception du Cambodge, où il y a une concentration de femmes) (Cherchi & Kirwood, 2019).

En revanche, l'entretien et la vente d'automobiles sont les seuls secteurs dominés par les hommes dans le secteur de l'industrie. Or, de nombreux services sont concentrés sur les femmes, notamment les services de serveurs et de restauration/l'hébergement, la coiffure, les services personnels (pas de données disponibles pour l'Asie du Sud-Est) et le tourisme (Cherchi & Kirwood, 2019).

En un mot, dans presque tous les pays du monde, le transport, l'électricité et le gaz, l'approvisionnement en eau et la gestion des déchets, et les petits services de transport des déchets, et les petits services de transport sont dominés par des entrepreneurs masculins (Cherchi & Kirwood, 2019).

Figure 1: secteurs d'activité masculins et féminins



Source : (Alibhai et al.,2017)

1.2.1. L'innovation

L'innovation est une caractéristique particulière des secteurs d'activités à dominance masculine. Brière.S et al., (2021) pensent par exemple que les secteurs tels que ceux de

l'information et de la communication sont « innovants ». Selon l'institut de la statistique et des études économiques [INSEE], (2012 -2014) l'information, la communication et l'industrie sont des secteurs qui ont la propension à innover et sont plus actifs en matière d'innovations technologiques, notamment pour introduire des nouveaux produits sur le marché. À propos de l'industrie de haute technologie, Kropp et Zolin (2005) disent que les entrepreneurs de ce secteur d'activités sont « riches en idées », toutefois, il ne suffit pas d'avoir une idée, il faut la développer en un produit ou un service demandé par le marché.

1.2.2. Forte croissance

Anna et al., (2000); Du Rietz & Henrekson, (2000) qualifient les secteurs d'activités à prédominance masculine comme porteurs de forte croissance. Selon Fischer et Reuber (2003), une croissance élevée peut être définie comme un taux de croissance des ventes d'au moins 20% par an pendant cinq années consécutives. Cependant, une croissance élevée peut être atteinte par des entreprises de taille, de secteur et d'âge différents (Smallbone et al, 1995). D'après Medcof (1999), les secteurs industriels de haute technologie se caractérisent par une croissance économique élevée. Au cours des 65 dernières années, sur les 13 pays ayant affiché une croissance positive pendant au moins 25 ans, 10 d'entre eux la doivent essentiellement au secteur de l'industrie manufacturière. La demande mondiale de produits manufacturés devrait s'accroître dans les dix ans qui viennent, tout particulièrement dans les pays en développement. Un autre exemple porte sur l'industrie du tourisme, C'est l'un des plus performants au monde sur le plan économique puisqu'il représente 9 % du PIB mondial, 5 % du total des investissements et un emploi sur 11 dans le monde. Dans les pays en développement, le tourisme est souvent perçu comme l'un des principaux leviers de croissance économique. .

1.3. Les motivations entrepreneuriales des femmes pour les secteurs dits « masculins »

Certaines études admettent le lien très étroit entre les motivations entrepreneuriales et l'orientation dans les secteurs d'activités (Caliendo & Kritikos, 2009 ; Kante & Diabate, 2020; Giacomin et al., 2010 ; Torres & Fimbel, 2020), et marquent les différences sectorielles entre deux profils d'entrepreneurs. Lesquels, peuvent être motivés par des facteurs *push* ou *pull*. Le premier renvoyant ici au fait d'avoir repéré une opportunité d'affaires, le deuxième à un choix par défaut (Torres & Fimbel 2020).

La première catégorie se retrouve très souvent dans les secteurs d'activités à faible revenu (Block & Wagner, 2010), et développe une activité non pour répondre aux besoins du marché (Giacomin et al., 2010). S'il est vrai que des entrepreneurs « contraints » sont mus par les besoins de survie et de court terme que des besoins de marché, leur présence dans ces secteurs est justifiée. (Giacomin et al., 2010). C'est ainsi que Reynolds et al., (2001) montrent que les secteurs de l'agriculture, de la forêt, de la pêche, de l'hôtellerie, de la restauration et des cafés regorgent de beaucoup plus de femmes entrepreneures volontaires à l'opposé des créateurs volontaires dont la présence dans les secteurs de l'automobile et des services aux entreprises est à suffire. Pour Hughes (2006), les entrepreneurs « forcés », comparativement aux entrepreneurs « classiques » sont plus présents dans le secteur du commerce. Les secteurs du commerce de détail sont ceux où l'on retrouve les entrepreneurs contraints; différemment des entrepreneurs volontaires dont la présence dans les secteurs technologiques est remarquable (Caliendo & Kritikos,2009). Cela va sans dire qu'un entrepreneur principalement guidé dans sa création par des raisons de survie, et donc de dépendance économique envers son entreprise, choisira un secteur dans lequel il pourra facilement et rapidement créer son activité (Giacomin et al., 2010). Par exemple, il voudra créer son entreprise dans les secteurs à faible intensité capitalistique, à faible barrière à l'entrée, à faible réglementation (informel), et où les démarches administratives de pré-création sont faciles. En revanche, le créateur volontaire pourrait choisir, en raison de ses motivations premières, un secteur davantage axé sur la croissance et l'innovation, nécessitant une vision à long terme, dans lequel il existe une demande importante et où la concurrence (présente et future) peut être limitée notamment par les coûts et / ou les conditions d'accès sectoriels (Giacomin et al., 2010). En 2020, Torres et Fimbel se sont intéressés à l'histoire des femmes entrepreneures de nécessité et leur parcours de vie. Son échantillon était constitué des femmes présentes dans les secteurs suivants: librairie sociale, Service, petite enfance, Coiffure, esthétique, Vente en ligne, Formation, coaching, Textile, commerce au détail… des secteurs selon la littérature qualifiés de «féminins». Dans une recherche dont l'objectif était l'étude des motivations des femmes entrepreneures du secteur informel selon l'approche push/pull (entrepreneuriat de nécessité/ d'opportunité), Kante et Diabate (2020) parviennent aux résultats que sur les 30 femmes entrepreneures enquêtées du secteur informel dans la commune I du district de Bamako, la majorité des cas dont (62,26%) entreprennent pour des raisons de nécessité; seulement 37,74% des femmes de l' échantillon pratiquent un entrepreneuriat d'opportunité. Evidemment, le secteur informel est celui où l'on retrouve beaucoup de petits métiers. Cependant, les résulats de l'étude de Dia (2017) viennent

contredire ceux de Kante et Diabate (2020) en mettant en exergue toute la complexité des motivations entrepreneuriales, car contre toute attente les femmes entrepreneures d'opportunité de son échantillon étaient majoritairement présentes dans le secteur informel.

Les secteurs dominés par les hommes sont très souvent taxés de secteurs « rentables », « à forte valeur ajoutée » et « à fort potentiel de croissance » (Anna et al., 2000; Cherchi & Kirkwood, 2019). Alors, la présence des femmes dans ces secteurs d'activités pourrait être corrélée aux mêmes facteurs motivationnels que leurs homologues masculins.

Dans une étude réalisée par Alibhai et al (2017), vont aboutir aux résultats selon lesquels être une entrepreneure d'opportunité est un facteur facilitant l'entrée dans les secteurs d'activités dominés par les hommes ; un type d'entrepreneuriat qui est ,sans doute, impulsé par des facteurs *pull*. Une étude menée par Aneke (2015) révèle que le désir de s'autonomiser et d'autonomiser d'autres femmes est une forte motivation pour la création de petites entreprises dans l'industrie de la construction qui est un secteur majoritairement masculin. Le besoin d'autonomie est une catégorie qui rentre donc dans les facteurs *pull*. Aussi, la plupart des participantes à cette étude pensent, que les femmes dans l'industrie de la construction sont uniques et différentes des femmes dans d'autres industries ou secteurs d'activité. Et selon elles, malgré les défis socio-culturels en vigueur dans ces secteurs tels que les attitudes patriarcales, il est nécessaire de faire une grande sensibilisation autour de ces secteurs (Aneke, 2015). À son tour, Aylward (2007) va relever les facteurs motivationnels qui sont à l'origine de l'entrée des femmes dans le secteur de l'industrie considéré comme un secteur masculin. Les répondants à cette étude ont majoritairement soulevé les facteurs qui s'apparentent tous aux facteurs *pull* tels « avoir un meilleur style de vie », « être mon propre patron », « cerner une opportunité », « bien gagner sa vie », et « accomplissement de soi ».

Par ailleurs, d'autres facteurs peuvent aussi favoriser l'entrée des femmes dans les secteurs d'activités à prédominance masculine comme leur niveau d'éducation et leur exposition antérieure à des secteurs à prédominance masculine, notamment par l'expérience professionnelle (Cherchi & Kirwood, 2019), ces facteurs jouent très souvent un rôle médiateur entre les motivations des entrepreneurs en général et leur choix sectoriel. Selon eux, toute politique visant à encourager davantage de femmes à passer à des secteurs dominés par les hommes doit se concentrer sur les femmes qui partagent davantage les caractéristiques d'entrepreneurs "d'opportunité" plutôt que de "nécessité".

Kaylo (2017) trouve également que les facteurs tels qu'un haut niveau scolaire et une bonne composition du réseau social de la femme entrepreneure peuvent également influencer son entrée dans les secteurs dominés par les hommes.

2. Cadre méthodologique

Afin de comprendre et décrire les motivations du choix d'entreprendre des femmes *cross-over* camerounaises, nous avons choisi une méthodologie de recherche qualitative. La volonté de comprendre et décrire ces motivations, nous a conduit à choisir un positionnement épistémologique à la fois constructiviste (Guba & Lincoln, 1989, 1998)[2], et interprétativiste.

Cependant, comprendre les raisons de la création d'entreprise par les femmes dans les secteurs d'activité à tendance masculine est inséparable de son contexte et des expériences vécues par les acteurs visés, d'où l'importance de la théorisation ancrée comme stratégie de recherche qui va nous emmener à une compréhension nouvelle du phénomène (Méliani, 2013). Notre travail s'inscrit donc dans un raisonnement inductif dont l'objectif est de comprendre, interpréter et expliquer (Gaudet & Robert, 2018) les motivations entrepreneuriales de ces femmes.

Pour collecter les données, nous avons mené une enquête à l'aide d'un guide d'entretien. Les participants ont été contactés par le biais de différentes plateformes de médias sociaux et par appels téléphoniques. Pour soumettre leur réponse finale, les participants devaient répondre à toutes les questions sous forme d'interview. L'enquête s'est déroulée entre mai 2022 et juin 2022. L'échantillon final comprenait 10 répondants au total. Le recrutement des 10 cas sélectionnés ayant acceptés de collaborer avec nous, n'a été possible que par l'analyse du matériau recueilli du premier cas dans le secteur des transports, qui a fait mention dans ses propos de la rareté des femmes dans ledit secteur (ne connaissant pas de femmes dans le secteur de transport et transit). C'est ainsi que nous avons trouvé bienséant d'aller explorer, les femmes dans d'autres secteurs où les hommes sont nombreux ; afin de constituer l'échantillon final. Bien qu'il soit difficile de déterminer à l'avance la taille exacte de l'échantillon, nous avions prévu de rencontrer 12 femmes au départ. Mais, nous avons rencontré finalement 10 femmes et avons remarqué que les deux dernières entrevues n'apportaient pas de nouveauté à la compréhension du phénomène. Le tableau 1 suivant présente les caractéristiques de notre échantillon.

[2] cité dans (Gavard-Perret et., 2012)

Tableau 1 : Caractéristiques de l'échantillon

Caractéristiques des entrepreneures	Yaoundé	Douala
	Femme (n= 6)	Femme (n=4)
Age minimum	25	25
Age maximal	45	55
Études secondaires	6	4
Filières d'études		
Économie et sociologie rurale	2	-
Arts plastiques	1	-
Architecture et urbanisme	1	-
Communication des organisations	-	1
Marketing et communication	-	1
Chimie /physique		
Droit	1	1
Transport et logistique	-	1
Statut matrimonial	-	-
Célibataire	_	-
Marié	7	3
secteurs d'activités		
Agriculture	2	
Construction	2	-
Information et communication	-	2
Industrie manufacturière	2	-
Transport et transit		2
Date de création inférieur ou égal à 3 ans	4	-
Date de création supérieur à 3 ans	2	4

Source : Adapté Nkakleu et Sakola (2019)

Après la retranscription totale des entretiens et notes d'entretien réalisés, nous avons opté pour une analyse manuelle ou traditionnelle des données. Le manque d'expérience informatique pour l'usage d'un logiciel de traitement de données mais aussi le souci de conceptualiser progressivement et itérativement nos données, a justifié ce choix. La théorisation ancrée oblige le respect d'un principe canonique cher à elle, la proximité entre le chercheur et ses données (Savoie-Zjac, 2000, P.118). L'utilisation d'un logiciel de traitement de données dans une optique d'économie de travail pourrait édulcorer ce principe. De plus, elle pourrait amener le chercheur à accumuler un large volume de données pour le plaisir et essayer plusieurs croisements (Méliani, 2013). Ce qui serait rédhibitoire à ce principe de proximité, et favoriserait plutôt la distanciation.

Nous avons donc procédé au codage des données d'entretiens retranscrites en respectant, bien sûr, le principe selon lequel il ne faut pas utiliser les catégories préalablement définies, nous avons codé phrase après phrase, extrait après extrait qui ont ensuite été analysés. L'analyse des entrevues est passée par trois phases chronologiques suivant le principe de la théorisation ancrée à savoir les codages ouvert, axial et sélectif. Le tableau 2 suivant concerne le processus de codification du cas Lota.

Tableau 2 : codification du cas Lota

Fragments de texte	**Codage ouvert**	**Codage axial**	**Codage sélectif**
Pour moi c'est d'abord à cause de ma formation je sais pas pour les autres, pour moi c'est une orientation que j'ai dès la base, j'ai eu un bac F4 bureau d'études, je ne fais que la continuité de ce que j'ai eu à faire dans mes études	**Influence de la formation**	**Expérience éducationnelle**	**Expérience éducationnelle**
Ces domaines sont rentables aux femmes qui y travaillent, ça paye bien, il ne faut pas qu'on se mente il y a de l'argent à l'intérieur.	**Raisons financières**	**Capital financier**	**Capital financier**

il faut aimer un domaine, une femme ne peut pas faire un métier qui va la salir les mains sans toutefois l'aimer…	**Amour du métier**	**Développement personnel**	**Développement personnel**
ça permet à l'homme de gagner sa vie	**Gagner sa vie**	**confort matériel**	**confort matériel**

Source : Corbière et Larivière (2014)

3. Résultats et discussion de l'étude

3.1. Résultats

Les résultats de l'étude nous renseignent que les femmes entrepreneures des secteurs d'activité dits masculins expriment leurs motivations de choix sectoriel par des critères actifs, des critères passifs et critères matériels.

L'entrée dans un secteur est quelquefois la conséquence d'une grande volonté d'action, d'une forte inspiration à l'activité, à l'efficacité, à l'initiative et à un rôle effectif. C'est ainsi que des **critères actifs** ont émergé des discours des femmes entrepreneures en rapport à leurs motivations dont les composantes sont les suivantes : l'accomplissement personnel, utilité sociale, l'innovation, saisie d'opportunité, caractéristiques intrinsèques et l'accessibilité. En ce qui concerne **l'accomplissement personnel**, les femmes de tous les secteurs d'activités apparaissent toutes comme de vraies amoureuses et passionnées de leurs métiers sauf le cas (Alpha). Elles témoignent :« Quand quelqu'un veut vraiment faire quelque chose avec amour, même si ça concerne les hommes quand tu te donnes à fond ça va donner » (cas Beta)

« Il faut aimer un domaine, une femme ne peut pas faire un métier qui va la salir les mains sans toutefois l'aimer » (cas Gamma) ; « Il y a l'amour pour un métier » (cas Delta); « Je dirais que le besoin de communiquer et l'amour pour la communication… » (cas Epsilon) ; « En réalité j'entre dedans parce que la télévision me passionne, Je commence à m'accrocher à certains programmes télé qui traitent des sujets qui touchent à l'humain » (cas Zeta); « Ça me passionnait déjà » (cas Êta) ; « L'autre raison c'est la passion, l'amour de la chose même si ce sont les hommes qui le font » (cas Thêta) ;« Moi par exemple je ne savais pas que c'était un domaine réservé aux hommes, je me suis retrouvé dans le domaine des douanes et transit parce que j'aimais » (cas Lotta); « Quand j'ai commencé à chercher le travail, le premier métier qui m'a ouvert les portes c'est le transit…franchement j'y ai été passionnée, je me suis impliquée.

C'est quelque chose qui m'a passionné, Aller discuter avec les clients, aller négocier…ce n'est pas un métier monotone…ça été une passion au départ, c'est le premier métier que j'ai eu en tant que salarié » (cas Kappa) ; « D'autres aussi c'est pour être autonome, ne pas trop compter sur l'homme » (Cas Alpha, secteur agricole).

La volonté de créer les entreprises est un indicateur important qui se révèle chez le (cas Beta) du secteur agricole. « Vouloir créer les entreprises c'est ça qui m'a orienté vers l'agriculture, on a les terres il faut les valoriser ».

Ensuite nous avons le critère **devenir femme d'affaire** qui est apparent chez le cas (kappa) du secteur des transports, et qui s'exprime en ces termes: « Quand à l'école on me demandait qu'est-ce que tu veux faire plus tard je disais moi je veux être une femme d'affaires »

Seule **l'envie de transformer** est déterminant chez le cas Êta du secteur de la construction) qui dit : « c'est ce qui m'a poussé à poursuivre mes études secondaires dans le même cadre et élargir plus loin en devenant celle-là qui va transformer »

Le **besoin de créer de la valeur ajoutée** est révélé chez le cas Thêta du secteur de l'industrie manufacturière qui dit :« Et surtout au niveau de la transformation j'aime créer la valeur ajoutée, c'est pourquoi je me suis lancée dans la production par exemple des huiles essentielles, la fabrication des laits de toilette à base des produits du terroir » (cas thêta)

Le Cas Epsilon du secteur de l'information et de la communication nous révèle que le choix de son secteur d'activité est corrélé par **l'envie de se développer.** Il s'exprime en disant **: «** Parce qu'on se dit on pourrait mieux se développer »

Quant à la **Volonté de s'auto employer,** seul le (cas Beta, secteur agroalimentaire) en fait sien et déclare : « C'est vrai que moi personnellement j'ai toujours voulu faire un truc qui vers la fin me fera faire l'auto emploi, c'est ça qui m'a orienté vers l'agriculture ».

L'innovation est à l'ordre du jour parmi les dimensions de la motivation entrepreneuriale chez les femmes entrepreneurs, elle est caractérisée par le besoin de faire autrement et apparaît tout de même chez un (cas Zeta, secteur de l'industrie manufacturière). Les secteurs d'activités préférés par les femmes sont souvent taxés de secteurs peu innovants; le besoin de faire autrement s'apparente donc à une volonté de briser le signe indien. Elle témoigne « je me suis dit on a besoin de faire les choses autrement ».

De même, **la saisie d'opportunité** qui recouvre l'identification d'un besoin, constitue une motivation chez une femme entrepreneure. En effet, le contexte africain et camerounais en particulier regorgent de beaucoup d'entrepreneurs de nécessité, que d'entrepreneurs d'opportunité. L'identification d'un besoin peut donc s'apparenter à une qualité chez les

femmes entrepreneures camerounaises qui sont taxées pour la majorité, d'entrepreneures besogneuses dont le but est de satisfaire les besoins quotidiens. Elle s'exprime « il y'a eu l'identification du besoin » (cas Zeta, secteur de l'industrie manufacturière).

À propos de **l'utilité sociale** qui est une autre dimension de la motivation, elle est constituée par l'apport d'un plus à la société, et le fait de rendre service. Ces sous dimensions nous sont révélées par les (cas Delta) et le (cas Epsilon) des secteurs de la construction et qui s'expriment en ces termes : « J'aime rendre service » (cas Delta, secteur de la construction).

« Pour certaines personnes apporter un plus à la société » (cas Epsilon, secteur de l'information et communication). Dans les sociétés africaines où les liens sociaux forts sont au centre de la régulation, où les entrepreneurs, dans leurs comportements sont mus en même temps par la recherche de profit, le bien-être personnel et l'épanouissement des membres de leur communauté d'appartenance qui imposent des valeurs de partage dans une société africaine réputée communautaire, parce que vivant dans la modernité (Kamdem et Nkakleu, 2015), les femmes entrepreneures veulent impacter leur communauté et être des acteurs de changement social.

Les **caractéristiques personnelles** apparaissent également comme une dimension importante des motivations du choix sectoriel, seules les cas de femmes des secteurs du transport et de la construction évoquent les aptitudes aux métiers, la résolution d'un problème et les dispositions physiques et compétences. Elles s'expriment : « Il y a les dispositions physiques et les compétences » (Cas Delta, secteur Construction) « Je pense que la femme a toutes les aptitudes et capacités pour faire ce que les hommes peuvent faire » (cas Kappa, secteur transport). « Le transport fait partie de la chaîne d'une activité, quand je l'ai fait c'était pour résoudre un problème précis ça n'a rien à voir avec le fait que c'est pour les hommes ou c'est pour les femmes » (cas lota, secteur Transport). Les motivations des femmes des secteurs du transport et de l'industrie manufacturière sont modérées par **l'accessibilité des métiers** qui est à son tour constitué du critère « bonne perception des métiers **»**. Dans un contexte où la majorité des femmes a une préférence pour certains métiers dits femmes au détriment des métiers dits hommes, la bonne perception des métiers par ces femmes apparaît telle une exception. Elles s'expriment en ces termes **: «** Je crois qu'il n'y a pas de métiers réservés aux hommes. Du moment où ça ne demande pas un travail physique… les femmes sont ouvertes à tous les métiers d'hommes…tout ça c'est un peu subjectif…quand on part à l'école il y a pas de classe pour homme et pour femme, à la base tout le monde apprend la même chose » (cas Kappa, secteur des transports) ; **«** Je pense qu'à la base si une femme veut créer une activité elle ne regarde pas

si c'est un secteur réservé aux hommes ou pas » (cas Lota, secteur des transports) ; « Avant certains métiers étaient réservés aux hommes, aujourd'hui beaucoup de femmes s'y lancent parce qu'elles ont simplement intégré qu'il y'a pas de métiers pour les hommes, il y'a pas de métiers pour les femmes » (cas Zeta, secteur de l'industrie manufacturière).

Certaines ont marqué leur choix de secteur d'activité sans dynamisme particulier pour l'engagement pris, sans agir vraiment de façon énergique, en donnant le sentiment de subir les opportunités que la vie présente et en quelque sorte sans grande détermination et projet pour leur avenir. c'est ainsi que des **critères ou indicateurs passifs** ressortent des motivations dans le choix de leurs secteurs, et sont rattachés à l'éducation qui est composée de **l'accès à l'éducation, le parcours scolaire et l'influence de la formation**. Une femme entrepreneure du secteur de l'info et de la communication considère **« l'accès à l'éducation »** est un indicateur de motivation. En effet, le continent africain reste celui où on retrouve encore beaucoup de jeunes filles non scolarisées. Cela est très souvent dû aux normes et pesanteurs en vigueur dans ces sociétés. Les filles ou femmes qui ont accès à l'éducation sont vues comme des privilégiées. Elle s'exprime : « le fait que les femmes aient eu accès à l'éducation » (cas Zeta, secteur de l'information et de la communication).

« Le parcours scolaire » est un critère également bien perçu par une femme du secteur de l'industrie manufacturière qui dit : « Ça découle de mes études secondaires, le fait d'être scientifique…d'être en contact à chaque fois avec tout ce qui cadre avec physique, chimie, transformation et autres… » (cas Eta, secteur de l'industrie manufacturière).

Une seule femme du secteur de la construction évoque **« l'influence de la formation »** comme faisant partie de ses motivations. Elle s'exprime : « Pour moi c'est d'abord à cause de ma formation je sais pas pour les autres, pour moi c'est une orientation que j'ai dès la base, j'ai eu un bac F4 bureau d'études, je ne fais que la continuité de ce que j'ai eu à faire dans mes études » (cas Gamma, secteur de la Construction).

La représentativité féminine dans le secteur agricole semble constituer la motivation du choix sectoriel du cas Alpha qui pense que **«** la présence des femmes **»** dans ce secteur est un critère non négligeable**.** Elle dit **:** « Ce sont les femmes qui gèrent à 70% dans l'agriculture, c'est ça qui pousse d'autres femmes à créer leurs propres entreprises » (Cas Alpha, secteur agricole)**.** Une seule femme du secteur de l'info et la communication argue le modèle de réussite comme motivation de choix sectoriel à travers le critère « voire modèles féminins », selon elle, le fait d'avoir vu d'autres femmes réussir dans ces secteurs pourraient motiver d'autres femmes. Elle dit : **«** Le fait que les réseaux sociaux qui nous présentent d'autres modèles féminins qui

montrent que c'est possible pour la femme, de se démarquer, d'entreprendre…. tout ça fait en sorte que les femmes ont commencé à se poser les vraies questions… est-ce qu'il ne faudrait pas que j'apporte ma contribution dans le foyer, je sois autonome, indépendante (Cas Zeta, Secteur de l'info et la communication)

« Le parent modèle » constitutif de **l'héritage parental** est aussi présent dans les dires d'une femme du secteur agricole. Elle pense que le choix de son secteur d'activité est l'héritage de son parent dont elle a vu faire. Elle s'exprime :

« Ce qui m'a poussé à faire cela, c'est parce que ma mère faisait dans l'élevage ». (cas Alpha, secteur agricole).

Une autre composante motivationnelle est **« L'augmentation de la productivité** » constituée de l'indicateur ou critère **«** soutient à une activité **»,** est un leitmotiv chez une femme du secteur de transport. Selon elle, le transport est incontournable dans la chaîne de valeur de n'importe quelle activité, et qu'on ne peut rien faire sans y passer. Elle dira :

« C'était pour accompagner mon activité de douanes et transit, on ne peut rien faire sans le transport » (Cas Lota, secteur des transport)

Le respect des engagements vis-à-vis de la clientèle est exprimé par « satisfaction des clients » chez une femme du secteur des transports. Qui pense que certains transporteurs n'arrivaient pas à remplir leur cahier de charge vis-à-vis de leur clientèle d'où sa motivation. Elle s'exprime :

« Face aux difficultés par d'autres transporteurs de satisfaire les clients j'étais obligé d'entrer aussi dans le domaine des transports, donc à partir du port après dédouanement vers mes clients » (Cas Lota, secteur transport).

Des femmes se sont engagées dans certains secteurs d'activité par nécessité financière, tentation d'un confort de vie, d'évitement de chômage voir en fonction des plaisirs personnels que pourraient impliquer les conditions d'exercice d'un métier. Des critères qu'on pourrait qualifier de **matériels** surgissent donc.

Les femmes des secteurs agricoles et de la construction allèguent **«** les raisons financières **»** comme indicateur de motivations de choix sectoriel et rattaché au **capital financier.** Dans une société qui définit le bien être par des critères monétaire et matériel, les raisons financières sont prépondérantes dans le choix des secteurs d'activité chez ces femmes Elles s'expriment :

« Aussi c'est aussi l'argent qu'on cherche » (cas Alpha, secteur agricole).

« Ces domaines sont rentables aux femmes qui y travaille, ça paye bien, il ne faut pas qu'on se mente il y'a l'argent à l'intérieur » (Cas Gamma, secteur construction).

« Le fait qu'on cherche aussi l'argent c'est-à-dire les raisons financières… » (Cas Delta, secteur construction).

Le chômage est aussi une composante essentielle des motivations des femmes des secteurs agricoles et de l'industrie manufacturière qui pensent que « l'absence de boulot » et « le chômage » pourraient les inciter vers ces secteurs d'activité**.**

« Je dirais qu'il y a deux raisons…la première c'est la conjoncture économique, une jeune fille a fréquenté et elle se retrouve sans boulot » (cas Théta, secteur industrie manufacturière).

« C'est le chômage pour moi qui fait en sorte qu'on se penche vers l'agriculture » (cas Alpha, secteur agricole)

Une femme du secteur de la construction met l'emphase sur le fait de « gagner sa vie » seul un critère rattaché au confort de vie. Selon elle, le secteur de la construction permet à celle qui y entre d'avoir une vie confortable au sens de l'aisance matérielle. Ces propos sont les suivants : « ça permet à l'homme de gagner sa vie » (Cas Gamma, secteur de la construction)

Tableau 3 : Les composantes et indicateurs de compréhension des motivations de choix sectoriel des femmes entrepreneures camerounaises *cross- over*

composantes de la motivation du choix sectoriel	Sous composantes (critères ou indicateurs)	Critères actifs					Critères passifs					Critères matériels				
		FSA	FSC	FSIM	FSIC	FSTT	FSA	FSC	FSIM	, FSIC	FSTT	FSA	FSC	FSIM	FSIC	FSTT
Accomplissement personnel	Amour ou passion du métier	++	++	++	++	++										
	Devenir femme d'affaire					+										
	Créer de la valeur ajoutée				+											
	Volonté de transformer				+											
	Planification antérieure				+											
	Mieux se développer			+												
	S'auto employer	+														

	Vouloir créer des entreprises	+														
Caractéristiques personnels de l'entrepreneur	Résoudre un problème										+					
	Dispositions physiques et compétences							+								
	Aptitudes aux métiers										+					
Accessibilité des secteurs d'activité	Bonne perception des métiers			+		++										
Patrimoine financier	Raisons financières											+		++		
Expérience éducationnelle	parcours scolaire							+								
	Accès à l'éducation								+							
	Influence de la formation									+						
chômage	Éviter le chômage											+			+	
Utilité sociale	Rendre service		+													

	Apporter un plus			+												
Augmentation de la productivité	Accompagne rune activité										+					
symbiose avec la clientèle	Satisfaction des clients										+					
Modèles de réussite	Voir modèles féminins								+							
Confort de vie l'entrepreneur	Gagner sa vie												+			
Héritage parental	Voir sa mère						+									
Saisie d'opportunité	Identifier un besoin			+												
Réalisation d'innovation	Besoin de faire autrement			+												
Représentativité féminine	présence des femmes						+									

Source: *Adapté de Nkakleu et Sakola (2019)*

Légende : ++ Élément cité par les deux femmes entrepreneures du même secteur d'activité; + Élément cité par une seule des femmes entrepreneures du même secteur d'activité

Fonctions et Secteurs d'activité : FSA : Femmes entrepreneures secteur Agricole ; FSC : Femmes entrepreneures du secteur de la construction ; FSIM :Femmes entrepreneures secteur Industrie Manufacturière ; FSTT : Femmes entrepreneures secteur transport et transit; FC: Femmes du secteur de la communication

3-2- Discussion

Par ces résultats, notre recherche apporte un enrichissement de la compréhension des motivations entrepreneuriales en général et des motivations à entreprendre des femmes dans les secteurs d'activités à tendance masculine dans le contexte camerounais en particulier.

En analysant les discours des femmes entrepreneures camerounaises *cross-over*, nous avons ressorti par la théorisation ancrée, des critères ou indicateurs de compréhension des MCS (Motivations du Choix Sectoriel), regroupés sous 15 composantes ou dimensions des motivations entrepreneuriales de ces femmes : **Accomplissement personnel, Caractéristiques personnels de l'entrepreneur, Accessibilité des secteurs d'activité, Capital financier, Expérience éducationnelle, chômage, Utilité sociale, augmenter la productivité, symbiose avec la clientèle, Modèles de réussite, Confort de vie l'entrepreneur, Héritage parental , Saisie d'opportunité, Réalisation d'innovation, Représentativité féminine**. L'analyse des entretiens témoigne de ce que les motivations de créer une entreprise dans un secteur dit masculin sont prioritairement et majoritairement afférentes à un accomplissement personnel c'est-à-dire une passion pour l'activité, aux caractéristiques personnels de l'entrepreneur, à la croyance à l'accessibilité des métiers et à la constitution d'un capital financier. Ce qui montre que nos trois critères ou indicateurs d'expression des motivations sont représentés (**critères actifs, critères passifs et critères matériels)**. Cependant, tous les critères de motivation ne sont pas partagés par toutes ces femmes quel que soit le secteur d'activité. Ce qui fait que certaines composantes ne sont pas le reflet des motivations communes à toutes les femmes entrepreneures. Le « critère modèle féminin », constitué du fait de voir « d'autres femmes réussir », est exprimé par une femme du secteur de l'info et de la communication. L'héritage parental qui se traduit par «le fait de voir son parent», est important chez une seule femme du secteur. « La forte représentativité des femmes » dont le critère essentiel est la présence massive des femmes a été simplement évoquée par une femme du secteur agricole. La «réalisation d'innovation» et «la saisie d'opportunité» n'est que le langage d'une femme du secteur de l'info et de la communication. « La symbiose avec la clientèle » et « l'augmentation de la productivité », eux, concernent uniquement une femme du secteur de transport. « L'utilité sociale» est attribuable aux femmes des secteurs de la construction et de l'info et la communication. « Le chômage» a fait écho dans les dires de deux femmes des secteurs de l'agriculture et de l'industrie manufacturière. « L'accessibilité des secteurs d'activité » ressortent des femmes des secteurs de l'info et la communication et du transport.

Finalement, au vu des critères dégagés, nous pouvons dire que les femmes entrepreneures camerounaises expriment trois logiques de motivation d'entreprendre dans le secteurs d'activité à tendance masculine : les motivations actives, les motivations passives et motivations matérielles.

Dans ses travaux de thèse, Basco (2001) détermine les motivations de l'enseignant pour l'enseignement. Dans ses conclusions, les motivations des enseignants pour l'enseignement sont actives, passives, matérielles et immatérielles. Une nomenclature qui nous a servi à cerner les motivations d'entreprendre des femmes camerounaises dans les secteurs dits « masculins ». Toutefois, au vu de la confrontation avec la littérature mobilisée dans le cadre théorique de notre recherche, nous qualifions les propositions suivantes comme empiriques:

P1 : *Les femmes entrepreneures camerounaises cross-over ont exprimé des motivations actives dans le choix de leurs secteurs d'activités.*

P2 : *Les femmes entrepreneures camerounaises cross-over ont exprimé des motivations passives dans le choix de leurs secteurs d'activités.*

P3 : *Les femmes entrepreneures camerounaises cross-over ont exprimé des motivations matérielles dans le choix de leurs secteurs d'activités***.**

Conclusion

Ce travail avait pour objet de comprendre et décrire les motivations du choix sectoriel des femmes entrepreneures camerounaises. Nous nous sommes posés la question de savoir les raisons pour lesquelles les femmes camerounaises créent des entreprises dans les secteurs d'activité réputés "masculins"? Quelles sont les motivations entrepreneuriales à l'origine de leur choix sectoriel? Les résultats indiquent que les femmes entrepreneures camerounaises cross-over ont exprimé des motivations actives, passives et matérielles dans le choix de leurs secteurs d'activités.Ces résultats ont des implications sur les plans théorique, managérial et méthodologique.

Sur le plan théorique, cette recherche ambitionne de compléter les cadres théoriques jusqu'ici mobilisés dans les travaux en entrepreneuriat, et qui ont pour objet d'étude les motivations entrepreneuriales. En effet, les recherches qui se sont penchées sur la question ont, pour la majorité, utilisé les théories *push* et *pull* (Jafari-Sadeghi, 2020 ; Toche 2020). Le recours à cette théorie presque de manière incantatoire et obsessionnelle, pourrait avoir des répercussions sur la qualité des résultats souhaités, qui ressembleraient plus à des adaptations théoriques qu'à la représentation des réalités du terrain. Nous inscrivons donc cette étude dans le prolongement

des travaux qui ont, ces dernières années, appréhendé les motivations entrepreneuriales autrement que par cette théorie traditionnelle afin de proposer une autre nomenclature de compréhension, mais, également, dans le prolongement de la suggestion des auteurs (Cherkaoui, 2022; Gabarret et Vedel, 2015) qui insistent sur la nécessité d'un éclairage nouveau à cause de la multiplicité des situations de créations d'entreprises et de profils d'entrepreneurs qui serait mal retranscrite par les théories existantes. Le but visé étant de déconstruire la motivation entrepreneuriale sous le prisme de l'exclusivité *push/pull* qui présente souvent des difficultés au niveau de l'interprétation (Gabarret & Vedel, 2015). Car la motivation entrepreneuriale est un concept susceptible d'évoluer face à l'essor de l'entrepreneuriat et l'entrée dans le champ de la création d'entreprise de nouveaux profils d'entrepreneures (Gabarret & Vedel, 2015). Il serait donc judicieux d'étendre au maximum et de façon tous azimuts les critères de motivations afin de proposer un cadre d'analyse pluridimensionnel, capable de saisir davantage d'informations, pour rendre compte de cette complexité motivationnelle qui montre que les individus deviennent entrepreneurs pour des raisons multiples.

Sur le plan méthodologique, la théorisation ancrée, très peu, mobilisée dans les recherches en entrepreneuriat féminin et, surtout, pour les motivations entrepreneuriales, a permis de s'immerger dans le contexte réel des femmes entrepreneures camerounaises. À travers cette démarche, nous avons étudié en profondeur à l'aide des entretiens semi-structurés les motivations du choix sectoriel des femmes.

Sur le plan managérial, la première implication concerne les femmes entrepreneures qui ambitionnent de se lancer dans une carrière entrepreneuriale ou le sont déjà, et ont des préjugés pour les secteurs d'activités (choisir son secteur d'activité sans diktat de stéréotypes de genre et sans complexes).

La première limite que nous pouvons soulever est sur le plan théorique. Cette recherche ne montre pas si les motivations de choix sectoriel des femmes de notre échantillon sont modérées par les stéréotypes de genre. Aussi les résultats de notre recherche visaient notre contexte, ce qui n'est pas propice à une généralisation analytique.

Sur le plan méthodologique, nous avons souhaité étendre notre étude à d'autres secteurs dits « masculins ». Compte tenu de la rareté des femmes dans ces secteurs, nous avons mobilisé un échantillon limité.

À partir de ces constats nous pouvons d'ores et déjà envisager une nouvelle piste de recherche, qui consiste premièrement à voir si les motivations de choix sectoriel à tendance masculine des femmes de notre contexte, sont modérées par les stéréotypes de genre. Ensuite, il est nécessaire d'utiliser les résultats de notre étude pour élaborer des outils de collecte quantitative de données auprès d'un échantillon statistiquement représentatif de la population des femmes entrepreneurs au Cameroun.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Alibhai, S., Buehren, N., Papineni, S., & Pierotti, R. S. (2017). Crossovers: female entrepreneurs who enter male sectors--evidence from Ethiopia. *World Bank Policy Research Working Paper*, (8065).

Aneke, E. O. (2015). *Investigating a male-dominated space: a study of women entrepreneurs in the construction industry in Pietermaritzburg, South Africa* (Doctoral dissertation).

Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E.., & Mero, N. P. (2000) Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business venturing*, *15*(3), 279-303.

Aylward, E. (2007). *Traditional and Non-Traditional Female Entrepreneurs: An exploration into what influences their selection of industry sector* (Doctoral dissertation, Waterford Institute of Technology).

Brière, S., Tremblay, M., Poroli, C., & Auclair, I. (2021). Déconstruire les mythes pour mieux accompagner une diversité d'entrepreneures: les femmes entrepreneures et les secteurs d'activité. *Revue Organisations & territoires*, *30*(2), 65-75.

Block, J. H., & Wagner, M. (2010). Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials. *Schmalenbach Business Review*, *62*(2), 154-174.

Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2009). Risk attitudes of nascent entrepreneurs–new evidence from an experimentally validated survey. *Small business economics*, *32*, 153-167.

Cherchi, L., & Kirkwood, D. (2019). Cross-overs in Botswana: Women Entrepreneurs Who Operate in Male-Dominated Sectors Output for Women Entrepreneurship Study (P164089).

CHERKAOUI, R. (2022). THE HYBRID THEORY: A NEW APPROACH TO ENTREPRENEURIAL MOTIVATION IN THE FRAMEWORK OF BUSINESS-CREATION SUPPORT POLICIES. *Revue Internationale Des Sciences De Gestion*, *5*(2). Retrieved from https://revue-isg.com/index.php/home/article/view/923

Deci, E. L., Ryan, R. M., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Conceptualizations of intrinsic motivation and self-determination. *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*, 11-40.

Du Rietz, A., & Henrekson, M. (2000). Testing the female underperformance hypothesis. *Small Business Economics*, *14*(1), 1-10.

Fischer, E., & Reuber, A. R. (2003). Support for rapid-growth firms: a comparison of the views of founders, government policymakers, and private sector resource providers. *Journal of small business management*, *41*(4), 346-365.

Gavard-Perret, M. L., Gotteland, D., Haon, C., & Jolibert, A. (2012). Méthodologie de la recherche en sciences de gestion. *Réussir son mémoire ou sa thèse*, *2*.

Gaudet, S., & Robert, D. (2018). *L'aventure de la recherche qualitative: Du questionnement à la rédaction scientifique*. University of Ottawa Press.

Giacomin, O., Janssen, F., Guyot, J. L., & Lohest, O. (2010). Entrepreneuriat contraint et volontaire: quel impact sur le choix sectoriel des entrepreneurs? *Revue internationale PME Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, *23*(3-4), 211-243.

Gilad, B., & Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of small business management*, *24*(4), 45-53.

Grinstein, A., & Goldman, A. (2006). Characterizing the technology firm: An exploratory study. *Research Policy*, *35*(1), 121-143

Hughes, K. D. (2006). Exploring motivation and success among Canadian women entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, *19*(2), 107-120.

Kamdem, E., Nkakleu, R. (2015), *Profils et pratiques des entrepreneurs camerounais. Témoignages et expériences*, Paris, L'Harmattan.

Kyalo, T. N. (2014). *Factors that influence women entrepreneurs in kenya to start enterprises in male dominated sectors of the economy* (Doctoral dissertation)

Kropp, F., & Zolin, R. (2005). Technological entrepreneurship and small business innovation research programs.

Marc, C., & Nadine, L. (2014). Méthodes qualitatives, quantitatives et mixtes. *Canada: Les Presses de l'Université du Québec*

Maslow, A. H. (1954). The instinctoid nature of basic needs. *Journal of personality*.

McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowell, E. L. (1953). Toward a theory of motivation.

Monitor, G. E. (2019). GEM 2018/2019 global report. *Global Entrepreneurship Research Association, London*.

Medcof, J. W. (1999). Identifying 'super-technology'industries. *Research-Technology Management*, *42*(4), 31-36

Méliani, V. (2013). Choisir l'analyse par théorisation ancrée: illustration des apports et des limites de la méthode. *Recherches qualitatives*, *15*, 435-452.

Nkakleu, R., & Sakola, D. A. (2019). La réussite entrepreneuriale des hommes et des femmes dans le secteur informel africain. In *Actes, 28e conférence de l'AIMS*.

Locke, E. A. (1968). Toward a theory of task motivation and incentives. *Organizational behavior and human performance*, *3*(2), 157-189.

Olson, P. D., & Bosserman, D. A. (1984). Attributes of the entrepreneurial type. *Business Horizons*, *27*(3), 53-56.

Pluchart, J.-J., & Leclerc, G. (2010). *choisir son secteur d'activité: les métiers de demain.* (Eyrolles, Éd.) .Editions d'Organisation

Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., & Autio, E. (2002). *Global entrepreneurship monitor: 2002 summary report*. Babson College.

Savoie-Zajc, L. (2000). La recherche qualitative: Enjeux épistémologiques et méthodologiques.

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). *Entrepreneurial motivation*. Human resource management review, *13*(2), 257-279

Smallbone, D., Leig, R., & North, D. (1995). The characteristics and strategies of high growth SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

Turk, T. A., & Shelton, L. (2004). Growth Aspirations. *Risk, Gender and Legal form: A look at the Services Industries*.