Revue Internationale des Sciences de Gestion
ISSN: 2665-7473
Volume 7 : Numéro 3

Analyse du genre à travers les rôles attribués aux dirigeantes de PME transformatrices de céréales, fruits et légumes au Sénégal : Conceptualisation et mesure

Gender analysis of the roles attributed to women managers of SMEs processing cereals, fruit and vegetables in Senegal: Conceptualization and measurement

KEBE Safiatou
Docteur en Sciences de Gestion
Université Cheikh Anta Diop de Dakar
Faculté des Sciences Economiques et de Gestion
Laboratoire LEMSTRAD-PME

Date de soumission : 23/06/2024

Date d'acceptation : 11/08/2024

Pour citer cet article :

KEBE S. (2024) «Analyse du genre à travers les rôles attribués aux dirigeantes de PME transformatrices de céréales, fruits et légumes au Sénégal : Conceptualisation et mesure», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 7 : Numéro 3 » pp : 1252 - 1278

Résumé

Utilisé comme substitut au terme « sexe », le genre a été introduit en marketing pour examiner les comportements des hommes et des femmes (Benoît-Moreau & Delacroix, 2020). Les études marketing sur ce concept ont porté pendant longtemps sur l'influence des femmes sur les décisions d'achat (Dankoco, 1996 ; Badji, 2018), leur comportement de consommation et leur utilisation dans les stratégies publicitaires (Ben Guirat, 2008). Cependant, il est assez rare d'étudier en marketing le genre à travers les rôles attribués aux femmes dirigeantes de PME. Cela semble pertinent au moment où certains auteurs comme Gavard-Perret (2000) considèrent que le marketing post-moderne est fondé sur des valeurs féminines. Ainsi, dans le cadre de cette recherche, nous avons trouvé que les activités socioculturelles, les expressions émotionnelles et les exigences entrepreneuriales sont les principaux facteurs qui constituent les rôles attribués aux femmes dirigeantes de PME transformatrices de céréales, fruits et légumes (PME/TCFL). Pour identifier ces trois dimensions, nous avons adopté la méthodologie qualitative et quantitative ainsi que le paradigme de Churchill pour nous assurer de la fiabilisation et de la validation de l'échelle et avons interrogé 255 dirigeants de PME/TCFL.

Mots clés : genre ; sexe ; rôles de sexe ; PME ; femmes dirigeantes

Abstract

Used as a substitute for the term "sex", gender has been introduced into marketing to examine the behaviors of men and women (Benoît-Moreau and Delacroix, 2020). Marketing studies on this concept have long focused on women's influence on purchasing decisions (Dankoco, 1996; Badji, 2018), their consumption behavior and their use in advertising strategies (Ben Guirat, 2008). However, it is rather rare to study gender in marketing through the roles attributed to women SME managers. This seems relevant at a time when some authors, such as Gavard-Perret (2000), consider post-modern marketing to be based on feminine values. Thus, within the framework of this research, we found that socio-cultural activities, emotional expressions and entrepreneurial demands are the main factors constituting the roles attributed to women managers of SME grain, fruit and vegetable processors (SME/TCFL). To identify these three dimensions, we adopted qualitative and quantitative methodology as well as Churchill's paradigm to ensure scale reliability and validation, and interviewed 255 SME/TCFL managers.

Keywords : gender ; sex ; sex roles ; SME ; women managers

Introduction

L'économie sénégalaise est fortement dominée par les PME constituées d'entreprenants, de très petites, de petites et de moyennes entreprises, alors que les grandes entreprises ne représentent que 0,2% (ANSD, 2017). D'après cette source, les industries alimentaires représentent 9,4% sur l'ensemble des unités économiques réparties par taille et par branche d'activité. Les PME transformatrices de céréales, fruits et légumes sont très actives dans les industries alimentaires, même si elles ne bénéficient pas vraiment d'appui soutenu des pouvoirs publics et des partenaires au développement (CILSS, 2009). En effet, les entreprises individuelles sont détenues en majorité par les hommes et que les femmes n'en ont que 31,3%. Elles sont 15,1% chefs d'entreprise à évoluer dans l'industrie alimentaire (ANSD, 2017).

Ces statistiques nous montrent le niveau faible de l'accès des femmes sénégalaises au poste de décisions. Cette situation des femmes est justifiée par plusieurs facteurs déterminants, dont les stéréotypes et le plafond de verre (Benquet et Laufer, 2016 ; Kama, 2016 ; Chabeaud et Lebegue, 2013 ; Delpech, 2010 ; Brasseur, 2008 ; Legal, 2008 ; Landrieux-Karochian, 2007 ; Laufer, 2005). En reprenant les idées de Dambrin & Lambert (2006), Kama (2016) affirme que les femmes veulent davantage accéder à ces responsabilités même si d'aucuns pensent que les managers sont naturellement des hommes et que les femmes sont des mères.

Les hommes et les femmes ont depuis toujours des responsabilités différentes (Ifeyinwa, 2008). Ainsi, les rôles qui leur sont attribués sont considérés comme simples et évidents, car les deux sexes *« agissent en conformité avec les structures, systèmes et normes socialement établis »* (Sagna, 2006, p.5). Dans la plupart des cultures, les hommes et les femmes ont des rôles différents (Diop, 2005). Seulement, selon Kpakpo (2004, p.44) *« la place qu'occupent les uns et les autres n'est pas absolue mais relative »*. Justement le genre utilisé comme substitut au terme « sexe » a été introduit en marketing pour examiner les comportements des hommes et des femmes (Benoît-Moreau et Delacroix, 2020).

Le genre cherche à comprendre ce qu'implique être un « homme » ou une « femme » dans la société. Il montre les bases de différenciation des sexes à travers les pratiques sociales et les considérations institutionnelles. Ainsi, il y'a un triple intérêt à savoir les rôles attribués aux dirigeantes de PME/TCFL au Sénégal. Le premier est lié au fait que d'aucuns considèrent que le marketing post-moderne est fondé sur des valeurs féminines (Gavard-Perret, 2000). Le deuxième renvoie à la faible présence des femmes au niveau des postes de responsabilité comme les chiffres présentés précédemment l'ont montré. Le troisième réside dans la forte imbrication de la vie sociale de la femme et sa vie professionnelle.

Ce présent travail s'inscrit dans la théorie des ressources et compétences. En effet, l'utilisation de cette théorie est justifiée par le fait que l'intégration de la femme dans le monde professionnel et son accès aux postes de responsabilité peuvent être une importante ressource au moment où on parle des valeurs féminines dans la gestion d'une entreprise. En plus, les femmes professionnelles font face à plusieurs obstacles pour leur autonomisation liés (UNIDO, 2021) : au manque d'accès aux technologies, aux marchés, aux capitaux, aux garanties et aux crédits ; à la transformation sociale relative aux normes et pratiques d'embauche discriminatoires ; au harcèlement sexuel et aux responsabilités domestiques dans le foyer. De telles contraintes peuvent entacher leur capacité à faire face à certaines décisions dans l'entreprise. Ainsi, nous cherchons dans ce travail à savoir **quels sont les facteurs qui déterminent le genre dans le contexte des PME/TCFL au Sénégal ?** Autrement dit, nous voulons identifier les rôles assignés aux dirigeantes de PME/TCFL en conceptualisant et mesurant le genre à travers les rôles. Nous vérifions ainsi l'hypothèse selon laquelle dans les PME transformatrices de céréales, fruits et légumes, le genre est défini par plusieurs facteurs.

Nous avons utilisé la méthodologie quantitative en interrogeant 255 dirigeants de PME/TCFL et celle qualitative nous a juste servi de pont pour générer les items de l'échelle de mesure. Cet article est structuré en trois points essentiels : un examen des fondements théoriques du genre, une présentation de la méthodologie adoptée et un exposé des résultats ainsi que leur discussion.

1. Les fondements théoriques

1.1. Le genre : un concept ambigü

Le genre est une traduction littérale du mot anglais « *gender* » (Marrekchi, 2001) qui a vu le jour aux Etats-Unis. Robert Stoller (1968) fut le premier à l'employer pour décrire les patients qui étaient mal à l'aise à cause de l'écart qu'ils ressentaient entre le sexe biologique et le sexe vécu socialement (Méjias, 2005 ; Samb, 2015). Il s'est développé dans les années 70-80 chez les sociologues et historiens anglo-saxons. Le terme genre a été repris en 1972 dans l'ouvrage *« Sex, Gender and Society »* d'Ann Oakley (Segun & Robinson, 2005), et c'est dans les années 80 que Joan Scott propose son utilisation formelle en histoire (Hubert, 2004).

Dans les considérations théoriques, quatre sens lui sont attribués (Malika, 2003). Pour cette auteure, le genre, dans son sens premier, désigne le sexe social et traduit les différences sociales entre les hommes et les femmes ne découlant pas directement de la biologie. *« Le sexe social est construit, entre autres, comme l'expression idéalisée, mais certainement efficace du sexe*

biologique » (Laberge, 1992, p.272). Il renvoie à la signification sociale du sexe (Tissier-Desbordes & Kimmel, 2000).

Cette conception a été beaucoup critiquée par les féministes et le genre est alors vu comme une approche relationnelle entre les sexes (Malika, 2013). Il était assimilé aux « relations entre les sexes », aux « rapports sociaux de sexes » ou à la « différence des sexes ». D'après Judith Butler (1990) citée par Boisclair & Saint-Martin (2007, p.10), certains auteurs avaient une position critique et pensaient que le concept de genre *« défini en termes de masculinité et de féminité n'est pas un attribut naturel, mais un rôle imposé, une performance qui, avec le temps, se fige et se confond avec le réel »*. Ainsi, le genre s'intéresse aux hommes et aux femmes mais pas seulement à ces dernières (Malika, 2013).

En sus d'appréhender les relations sociales différentes entre les hommes et les femmes, le genre relate également les rapports de pouvoir qui existent entre ces deux (Malika, 2013). En évoquant Elsa Dolin (2008), Alessandrin & Estève-Bellebeau (2014, p.90) considèrent que le genre est *« un rapport de pouvoir qui assure sa reproduction en partie grâce aux mutations du système catégoriel qu'il produit et sur lequel il s'adosse »*. En effet, cette considération théorique du genre suppose une hiérarchisation des rapports entre les hommes et les femmes.

Dans la quatrième catégorie d'analyse, le genre est appréhendé non pas seulement comme le rapport de pouvoir entre les hommes et les femmes, mais il traduit en outre l'intersection des autres rapports de pouvoir (Malika, 2013).

Toutes ces conceptions montrent que le genre est appréhendé différemment et renvoie pour l'essentiel à l'identité de la personne, aux rapports sociaux entre les individus et à un outil d'analyse. C'est un concept qui prête à confusion et plusieurs sens lui sont attribués notamment avec le sexe où nous avons une forte imbrication. Au fil du temps, les théories sur le genre et le sexe subissent de véritables changements (Rguibi & Atid, 2021). Dans le même sens, il y a lieu de le distinguer du féminisme et noter que le genre n'est certainement pas synonyme de féminisme ni de femme, mais sert plutôt d'outil d'analyse aux courants féministes. L'approche genre est utilisée dans le cadre des stratégies de développement et prône l'égalité des hommes et des femmes dans le respect des différences, alors que le genre représente les rôles établis par la société et culturellement variables joués quotidiennement par les hommes et les femmes. Pour ôter toute ambiguïté, nous appréhendons le genre comme les rôles culturellement attribués aux hommes et aux femmes basés sur le sexe biologique.

1.2. Le genre dans les sciences sociales

Dans le domaine anthropologique, le genre est une question de culture et renvoie, selon Ann Oakley, à une classification sociale en « masculin » et « féminin » (Segun & Robinson, 2005). Elle distingue le « sexe biologique » du « genre » en intégrant une dimension sociale et culturelle du sexe (Malika, 2013). Ann Oakley décrit le genre comme « les rapports sociaux de sexe » et détermine ainsi les rôles sociaux donnés aux hommes et aux femmes (Kama, 2016).

Dans le même sens, Burakova-Lorgnier (2004, p.71) considère que *« le genre est un fait culturel qui se crée et se modifie constamment dans, par et pour la culture »*. Ainsi, les expériences féminines sont supposées identiques ou assimilées à celles des hommes et par là non susceptibles de modifier la pertinence des catégories d'analyse et des concepts par lesquels on s'efforce de comprendre le social (Magri & Varikas, 1991). C'est dans ce paradoxe qu'est né le genre, qui traduit non pas le sexe, mais la construction sociale (Magri & Varikas, 1991).

Des auteurs comme Joan Scott voient le genre comme une organisation sociale basée sur la différence entre les sexes (Kama, 2016). Elle pense que *« le genre ne constitue pas seulement un domaine d'investigation : c'est un instrument critique destiné à transformer la réflexion dans tous les secteurs. Il se situe au cœur de toute relation de pouvoir, traverse l'ensemble des dynamiques à l'œuvre dans la société.* (Allessandrin & Estève-Bellebeau, 2014, p.100).

La sociologie et l'anthropologie sont les premières disciplines des sciences sociales à s'intéresser aux problématiques du genre sous différents aspects (Parini, 2008 ; Kama, 2016). Le concept est de plus en plus utilisé en histoire et dans les sciences juridiques, politiques et économiques (Dortier, et al., 2004 cités par Kama, 2016) où le genre est lié aux principes démocratiques et à la conception des droits humains qui inclut ceux des femmes (Coquery-Vidrovitch, 2004), notamment ses droits économiques, politiques, sociaux, etc.

Les recherches sur le genre peuvent être ainsi résumées en trois temps (Parini, 2008) :

- les premières recherches menées par les historiens, sociologues et anthropologues mettaient l'accent sur le rôle, la contribution ou la vie des femmes au sein des sociétés et des phénomènes étudiés ;
- la période de la fin des années 60 début 70 correspond au mouvement social féministe où les études portent sur la « condition féminine » ;
- durant les années 80/90, les réflexions sur le genre portaient plus sur plusieurs thèmes nouveaux, surtout sur « le biologique et le social ». Ainsi, *« le concept de genre a ouvert de nouveaux espaces cognitifs sans pour autant rendre les études femmes ou féminismes obsolètes »* (Parini, 2008, p.26).

« Les recherches sur les femmes, le genre et le sexe ont déplacé les cadres entendus de l'objectivité et ont eu pour objectif de modifier les points de vue ou de signaler que les points de vue de connaissance ordinairement tenus pour neutres s'inscrivaient dans des histoires et des cultures » (Gardey, 2004, p.9).

1.3. L'analyse du genre en marketing

Les recherches sur le genre se sont développées entre la deuxième moitié du XIX^{ème} et le début du XX^{ème} siècle et décrivent le problème du statut de la femme spécialement dans le cadre de la culture traditionnelle (Kis, 2004). Les études de genre sont caractérisées par l'utilisation des méthodes générales des sciences sociales/humaines et par l'existence de méthodes spécifiques expliquant au mieux ses effets particuliers (Burakova-Lorgnier, 2004). Le marketing n'est pas en reste dans les recherches sur le genre.

En effet, *« les chercheurs en marketing ont étudié l'impact du sexe et de la répartition des rôles sur les comportements d'achat et les stratégies »* (Ben Guirat, 2008, p. 29). Vers la fin des années 70, ils se sont intéressés à d'autres variables explicatives des comportements des consommateurs comme l'intensité de l'influence des femmes dans les décisions d'achat, les comportements en matière de dons, l'achat de cadeaux de Noël, etc. (Benoît-Moreau, et al., 2018). Le courant de recherche sur le genre en marketing s'est davantage intéressé à son influence sur les comportements de consommation, particulièrement sur l'analyse de l'évolution des comportements d'achat des femmes (Ben Guirat, 2008). Les travaux de Dankoco (1996) et de Badji (2018) en sont des exemples.

Le genre est aussi abordé dans les stratégies publicitaires (Benoît-Moreau, et al., 2018). Ces auteurs, citant Coughlin & O'Connor (1985) ; Jaffe & Berger (1988) ; Jaffe (1991, 1994) ; Feiereisen, et al., (2009) ; Martin & Gnoth (2009) montrent qu'il est traité sous l'angle d'une possible congruence entre l'identité de genre et les rôles de genre présentés dans les publicités. En effet, les femmes représentent 80% des cibles des annonceurs publicitaires (Diouf, 2009). Kama (2016) indique aussi que Cramphorn (2011) et Knoll, et al., (2011) ont analysé les stéréotypes de genre sur les chaînes de télévisions publiques et privées. Les études sur le genre s'intéressent aussi à la catégorisation des produits et marques associés aux traits genrés selon leur usage, forme et nom (Grohmann, 2009 ; Sorin Ulrich, 2010 cités par Benoît-Moreau, 2018). Cependant, Ben Guirat (2008, p.30) soutient à travers les propos de Bristor & Fischer (1993) que même si les recherches marketing sont marquées par le genre, certaines ignorent largement

la femme. Ainsi, les chercheurs *« adoptent une perspective féministe pour critiquer l'objectivité scientifique et les approches théoriques dans le comportement du consommateur »*.

Les écrits sur la relation homme/femme se développent de plus en plus, ce qui pousse les chercheurs à approfondir leur analyse sur le sexe et le genre ainsi que rôles de sexe.

1.4. Le genre à travers les rôles de sexe

Le rôle a deux orientations théoriques : une orientation *structurelle* défendue par les anthropologues qui expliquent l'importance du statut, et une orientation *interactionniste* qui considère le rôle comme la dialectique entre le « soi » et son environnement social (Coenen-Huther, 2005). D'après ce dernier, nous avons en plus une conception *institutionnelle* du rôle développée par Linton qui montre que l'individu remplissant un rôle met en œuvre les droits et les devoirs constituant le statut. Le rôle renferme alors trois dimensions (Fougeyrollas & Roy, 1996) : *normative,* qui montre le respect par l'individu des règles de conduites idéales, *typique,* qui renvoie aux attributs et qualités associés à la personne et *interprétative,* qui fait état de l'interaction au cours de laquelle l'individu respecte les normes idéales établies.

Quatre principaux rôles sont alors identifiés (Fougeyrollas & Roy, 1996) : les rôles *assignés* ou *imposés* qui sont liés à des attributs biologiques tels que le sexe et l'âge, les rôles *acquis* qui dépendent des actes de l'individu comme son rôle professionnel, les rôles *prescrits* qui correspondent aux comportements adéquats attendus (Bitbol-Saba, 2015) et les rôles *réels* qui traduisent un modèle de conduite et de comportements mis en acte de façon subjective.

La répartition des rôles a fait l'objet de beaucoup de développements théoriques (Dankoco, 1996) et, selon Dali-Youcef (2012), le premier à l'étudier dans la prise de décision sociale est le sociologue Wolfe (1959). Elle est analysée dans le domaine familial par plusieurs auteurs (Davis & Rigaux-Bricmont, 1974 ; Dankoco, 1996). Parmi les théories sur la répartition des rôles nous avons, entre autres, l'approche théorique structuro-fonctionnaliste des rôles défendue par Parson et Bales (1955) et celle interactive (Badji, 2018) développée par Blood et Wolfe (Diop, 2002).

La théorie structuro-fonctionnaliste montre la structuration des rôles qui est influencée par la famille, les normes socioculturelles et les développements économiques (Diop, 2002). D'après cette dernière, la répartition des rôles entre les hommes et les femmes n'est qu'un fait social et culturel. Dans la sociologie parsonienne, le rôle est l'aspect actif du *status* qui définit le rang de prestige dans la société (Delphy, 2001). En effet, les rôles masculins sont fondés sur l'individualisme, ce qui fait que les hommes adoptent des attitudes de domination,

d'indépendance, de force, d'agressivité, de confiance en soi, d'ambition alors que ceux féminins sont sociables, ce qui explique le caractère sociable, émotif et docile des femmes (Tissier-Desbordes & Kimmel, 2000 et Diop, 2002). Selon Parson (1937), la répartition des rôles repose sur la différenciation selon le sexe ; de ce fait, l'homme se réserve le rôle « instrumental » et la femme celui « expressif » ou « émotionnel (Tissier-Desbordes & Kimmel, 2000 ; Dankoco, 1996).

L'approche interactive qui s'appuie plus sur les réalités sociologiques et biologiques explique que les rôles ne sont pas figés, du moment que l'individu a des interactions avec le système dans lequel il évolue (Diop Sall, 2002). De ce fait, pour Rocheblave-Spendé (1969), le rôle n'est qu'*« un modèle organisé de conduites, relatif à une certaine position de l'individu dans un ensemble interactionnel »* (Bollecker & Nobre, 2011, p.2). Quatre rôles sont alors identifiés par Herbst (1952), différenciant les hommes des femmes, à savoir *household duties, child control and care, social activities and economic activities* (Davis, 1970).

Tous ces travaux analysés nous permettent de dire que ces théories développées sur l'attribution et la répartition des rôles sont complémentaires. L'individu qui évolue dans une société se voit assigner, imposer ou s'attribuer des rôles pour être en harmonie même avec cette société. Ainsi, dans cet article nous voulons savoir quels sont les rôles qui sont assignés aux femmes dirigeantes de PME/TCFL ? Notre principale hypothèse est de vérifier les facteurs qui caractérisent le genre appréhendé comme les rôles attribués aux femmes dirigeantes de PME transformatrices de céréales, fruits et légumes au Sénégal.

2. Méthodologie

2.1. Justification du choix : analyse des compétences et ressources chez les femmes dirigeantes de PME

En dehors de ses aspects économiques, le travail change le statut de l'individu dans la société, entraînant le respect, la considération, la responsabilisation et l'implication dans la prise de décision familiale et communautaire (Bâ & Niang, 2015). C'est un principe organisateur de la société (Gravel, 2017). Pour ce dernier, la division sexuelle du travail entre les hommes et les femmes s'exerçant dans l'attribution des rôles au sein de la famille s'est transposée sur le marché du travail. Les femmes exercent des emplois précaires constituant une extension de leurs tâches domestiques et rôles sociaux (Adjamagbo, et al., 2006 ; Bâ & Niang, 2015). Elles sont dans des professions touchant plus les contacts humains (Diouf & Simen, 2014), contrairement aux hommes qui sont plus dans les travaux structurants (MFFDS, 2015).

Comme déjà évoqué, les femmes atteignent difficilement les postes de responsabilité à cause particulièrement du plafond de verre *ou « glass ceiling »*, qui, selon Safa & Rafla (2017), est étudié en premier par Kanter (1977). Le plafond de verre est défini comme *« les barrières invisibles artificielles, créées par des préjugés comportementaux et organisationnels, qui empêchent les femmes d'accéder aux plus hautes responsabilités »* (Landrieux-Kartochian, 2004, p.27). Ce phénomène s'explique pour les gestionnaires par la difficulté des femmes à concilier leur vie professionnelle et celle familiale (Brasseur, 2009).

Les compétences des femmes sont souvent mises en exergue pour expliquer leurs difficultés à accéder aux postes de responsabilité. Ce sont les stéréotypes culturels relatifs aux capacités des femmes qui sont souvent à l'origine de telles considérations (Diouf & Simen, 2014 ; Safa & Rafla 2017). En outre, le niveau de scolarité des femmes demeure un autre handicap. Souvent moins scolarisées que les hommes, les femmes sont généralement défavorisées dans le marché du travail (Adjamagbo, et al., 2006). En effet, l'une des barrières du plafond de verre la plus déterminante est la responsabilité et l'engagement des femmes dans leurs sphères familiales (Belghiti-Mahut, 2004) qui, pour Safa & Rafla (2017) citant Descarries (2009), leur confèrent moins de temps à se concentrer sur leurs activités professionnelles. Ils constituent de ce fait un réel obstacle à leur réussite professionnelle (Safa & Rafla, 2017).

Au Sénégal, les femmes s'activent plus dans le milieu informel (Diouf & Simen, 2014) et sont fortement impliquées dans le secteur agricole (Muamba, 2003 ; Mendy, 2014). La précarité économique les pousse à sortir de la sphère privée pour intégrer la sphère publique (Fall Sokhna & Thiéblemont-Dollet, 2009, Diouf & Simen, 2014). Dans le cadre du développement de leurs activités économiques, les femmes sont surtout pénalisées par leurs difficultés d'accès au crédit et aux garanties (Diouf & Simen, 2014). D'après ces auteurs, elles sont considérées comme des chefs incapables de générer des revenus, même si elles prennent moins de risque financier et échouent moins dans leurs activités, comparées aux hommes.

2.2. Démarche méthodologique

Les approches qualitative et quantitative sont utilisées et le paradigme de Churchill adopté afin de construire et de tester le modèle de recherche. Précisons que l'étude qualitative est utilisée dans le but générer des items.

Nous avons dans la phase qualitative réalisé une pré-enquête pour être mieux fixée sur la problématique, effectué à l'aide d'un guide d'entretien, 10 entretiens semi-directifs avec quatre femmes et six hommes dirigeants de PME/TCFL ce qui nous a permis d'atteindre le niveau de

saturation. Soulignons que dans les entretiens effectués avec les dirigeants, un choix particulier n'a pas été fait sur le nombre et nous n'avons pas tenu compte de critères spécifiques. L'essentiel pour nous était de discuter avec eux et d'avoir leurs impressions sur les PME/TCFL et particulièrement sur les rôles attribués aux femmes dirigeantes. Ces dirigeants ont une expérience avérée dans le domaine, même si c'est un critère que nous n'avons pas mis en avant. L'analyse de contenu des données qualitatives a permis de faire ressortir le lexique des items. Ces derniers, au nombre de 28 sont pré-testés sur un échantillon de 61 dirigeants de PME/TCFL. Le traitement des données du pré-test est effectué sur SPSS version 20. Pour cela, nous avons fait une analyse factorielle simple des échelles de mesure. Nous nous sommes appuyée sur les valeurs propres initiales, le pourcentage de la variance expliquée et les variances cumulées pour extraire les items qui nous ont donné plus d'informations sur le concept de genre. Cela nous a permis de retenir 17 items.

La phase quantitative a consisté à l'élaboration et à la validation du questionnaire avant le lancement des enquêtes. L'enquête de la première collecte a porté sur un échantillon de 150 dirigeants de PME/TCFL et a permis de réaliser l'analyse factorielle exploratoire afin de justifier la fiabilité de l'échelle de mesure. La structure factorielle nous indique 4 grands axes avec au total 14 items qui expliquent suffisamment l'échelle genre.

Pour l'enquête confirmatoire, nous avons effectué une analyse en composantes principales (ACP) pour purifier à nouveau l'échelle de mesure. Nous avons confectionné 255 questionnaires administrés aux dirigeants de PME/TCFL (dont 200 traités après épuration de la base de données). Elle nous a permis de vérifier la validité de l'échelle genre à travers les rôles de sexe. Il est important de souligner qu'au Sénégal, nous n'avons pas des statistiques précises sur le nombre de PME/TCFL.

3. Présentation et analyse des résultats

3.1. Présentation des résultats de l'étude qualitative

Le tableau suivant nous donne les résultats obtenus avec l'analyse de contenu du discours des dirigeants sur le genre.

Tableau 1 : Catégorisation du concept genre après traitement des données

Thèmes (lexique des items)	Catégories	Verbatims
Besoins d'autonomie Satisfaire les besoins Volonté Naturel de gérer une PME agricole	Motivations	*« Nous voulons régler nos problèmes par nous-mêmes »* *« Nous travaillons pour subvenir à nos besoins et à ceux de nos familles…»* *« Moi je dis à ma femme qu'on se partage les dépenses puisqu'elle veut travailler comme moi »* *« Les femmes sont aussi aptes que les hommes à diriger »*
Niveau d'études Bonne formation Compétences et connaissances entreprenariales Capacité entrepreneuriale Coaching	Compétences et capacités	*« Dans certains milieux, il est très rare de voir une femme diriger »* *« Les femmes sont compétentes pour diriger, mais elles aiment les détails »* *« Si la gouvernance est formelle, les femmes peuvent gérer efficacement, sinon mieux que les hommes »* *« Si la femme est préparée à diriger, elle va le faire plus efficacement que les hommes »*
Responsabilités familiales Délégation de tâches familiales Croyances culturelles et religieuses Relations sociales Sentiment dans les affaires	Contraintes socioculturelles et religieuses	*« Même si la femme est ministre, cela ne l'empêche pas de servir le dîner à son mari le soir »* *« Moralement, quand la femme est avec son mari, elle pense prendre bien soin de lui »* *« Vu l'organisation de nos sociétés et de nos familles, les rôles sont répartis entre les hommes et les femmes »*

Source : Données entretiens

L'analyse de contenu manuelle des réponses fournies par les dirigeants a fait ressortir trois catégories principales du genre.

La première nous montre les différents facteurs qui motivent les femmes à diriger une PME. Il en ressort qu'elles ne veulent plus être dépendantes, qu'elles ont besoin d'autonomie. Elles manifestent une certaine volonté de s'engager dans des activités, mais également il est tout à fait naturel de pouvoir gérer une PME agroalimentaire, que nous soyons homme ou femme. Les personnes interrogées expliquent que la femme dirigeante a des capacités et des compétences entrepreneuriales.

La deuxième catégorie renvoie aux aptitudes et aux acquis de la femme dirigeante de PME agroalimentaire. En effet, il suffit à la dirigeante d'avoir une bonne formation, de suivre un

coaching, d'avoir un niveau d'études et des connaissances assez élevés pour gérer une PME agroalimentaire.

La dernière catégorie relate des contraintes sociales, culturelles et religieuses. Elle fait état des sources de blocages des femmes à pouvoir gérer une PME agroalimentaire, notamment avec les valeurs sociales et traditionnelles qu'elles incarnent, les responsabilités et les tâches familiales qu'elles doivent assumer, les relations sociales ainsi que les croyances culturelles et religieuses qu'elles doivent préserver. De ce fait, les sentiments éprouvés par la dirigeante peuvent avoir un effet sur les affaires.

Tableau 2 : Présentation des valeurs propres et de la variance expliquée du genre

Dimensions	Valeurs propres initiales	% de la variance expliquée	Variances cumulées
DIM 1	3,649	21,466	21,466
DIM 2	2,853	16,782	38,248
DIM 3	2,058	12,106	50,354
DIM 4	1,464	8,614	58,968
DIM 5	1,146	6,742	65,709

Source : Données de l'analyse factorielle simple

Les résultats de l'analyse montrent cinq dimensions qui expliquent à plus de 65% la variance cumulée. De ce fait,

- les items de la première dimension montrent les « **capacités »** que la femme dirigeante de la PME transformatrice de céréales, fruits et légumes doit avoir pour gérer son entreprise. Ils expriment la « capacité à diriger », la « bonne formation », « être suffisamment outillée » et les « connaissances dans le domaine » ;
- dans la deuxième dimension du genre, les items font allusion aux « sentiments en matière d'affaires », à la « relation concurrentielle » et aux « croyances culturelles et religieuses ». Ainsi, les énoncés expriment la « **sensibilité** » des dirigeantes en matière d'affaires. Autrement dit, ils décrivent les attitudes affectives qu'elles adoptent lorsqu'elles disputent un marché ;
- la troisième dimension comporte des items qui font référence aux **« contraintes des activités socioculturelles »** auxquelles font face les femmes à gérer une entreprise transformatrice de céréales, fruits et légumes. Ces facteurs se résument à la « volonté », à la « délégation des tâches familiales », à « l'impact des activités sociales », à la

« combinaison de vie familiale et celle professionnelle » et à la « priorité donnée à l'entreprise » ;

- la quatrième dimension est composée d'items qui expriment les « difficultés à gérer une entreprise », « l'impact des sentiments dans la prise de décisions » et les « relations sociales ». Cet axe est vu comme l'axe des « **considérations sociales** » ;
- la cinquième dimension, quant à elle, a des items qui expliquent les critères nécessaires aussi bien à la femme qu'à l'homme à gérer une entreprise de transformation des produits agricoles alimentaires. Ils sont corrélés à « l'engagement, l'ambition et la rigueur » et aux « compétences à gérer une entreprise agricole ». Cet axe montre les « **exigences entrepreneuriales** », notamment les caractères que doit avoir un dirigeant.

De cette analyse factorielle, nous avons obtenu un KMO de **0,614** et tous les items retenus qui sont au nombre de 17, ont une communalité supérieure à 0,5.

3.2. Présentation des résultats de l'étude quantitative

Dans cette phase, nous présentons essentiellement les résultats trouvés dans l'enquête confirmatoire. Ainsi, l'analyse factorielle des données a permis de retenir trois principaux facteurs de l'échelle genre ayant chacun deux items avec un alpha global de 0,657.

Nous avons utilisé des indices d'ajustement pour certifier la validité de l'échelle genre. Ainsi, la modélisation par les équations structurelles a permis d'avoir des informations suffisantes sur les indicateurs de mesure. Nous nous servons en effet, de la variance des erreurs ainsi que du poids des items pour déterminer la validité discriminante et celle convergente de l'échelle genre.

Pour vérifier la validité discriminante, nous avons calculé le rhô de Jöreskog (ρ) qui doit être supérieur à 0,7 ou 0,8. Ce rhô nous renseigne sur la fiabilité de cohérence interne de l'échelle. Ce travail nous a permis de déceler l'indépendance qui existe entre les facteurs qui mesurent le genre, notamment les « contraintes liées aux activités socioculturelles » (CASC), les « expressions émotionnelles » (EXEM) et les « exigences entrepreneuriales » (EXE).

Nous avons vérifié la validité convergente par le calcul du rhô (ρ) de convergence afin de savoir si les indicateurs mesurant le genre sont suffisamment corrélés. Ce rhô de convergence qui doit être supérieur à 0,5 ; est calculé à partir de la variance des variables observables (« casc1 », « casc2 », « exem1 », « exem2 », « exe1 » et « exe2 ») et des valeurs résiduelles (« err1 » à « err6 »).

Tous les indices d'ajustement respectent les normes d'un bon ajustement. Cela signifie que le modèle est en adéquation avec les données recueillies. Nous pouvons confirmer, en effet, une significativité des variables.

Les résultats obtenus sur la fiabilisation et la validation de l'échelle genre sont résumés dans les tableaux suivants.

Tableau 3 : Indicateurs de fiabilisation et de validation de l'échelle genre

Facteurs retenus dans la seconde collecte		**Communalité**	**Variance expliquée en %**	**α de Cronbach**	**Validité dicriminante rhô de Jöreskog**	**Validité convergente rhô**
Axes	**Items**					
Axe 1 : CASC	Les activités sociales impactent sur le travail professionnel de la femme	0,882	38,644	0,861	0,8021	0,6701
	Pour une femme, la sphère familiale empiète beaucoup sur ses activités professionnelles	0,876				
Axe 2 : EXEM	La femme est plus sentimentale dans la prise de certaines décisions en entreprise	0,853	25,537	0,828	0,7346	0,5807
	La femme tient compte des relations parentales, ethniques et amicales dans la gestion de son entreprise	0,854				
Axe 3 : EXE	Du point de vue engagement, ambition et rigueur, Il n'y a pas de différence entre la gestion d'une femme et d'un homme	0,774	19,385	0,701	0,7678	0,6230
	Les hommes et les femmes ont les même capacités et compétences à diriger une PME agricole	0,776				
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin				0,565		
Test de sphéricité de Bartlett	**Chi-deux approximé**			397,506		
	Degré de liberté (ddl)			15		
	Signification de Bartlett			,000		

Source : Données de l'analyse factorielle confirmatoire

Tableau 4 : Récapitulatif des indices d'ajustement du modèle de genre

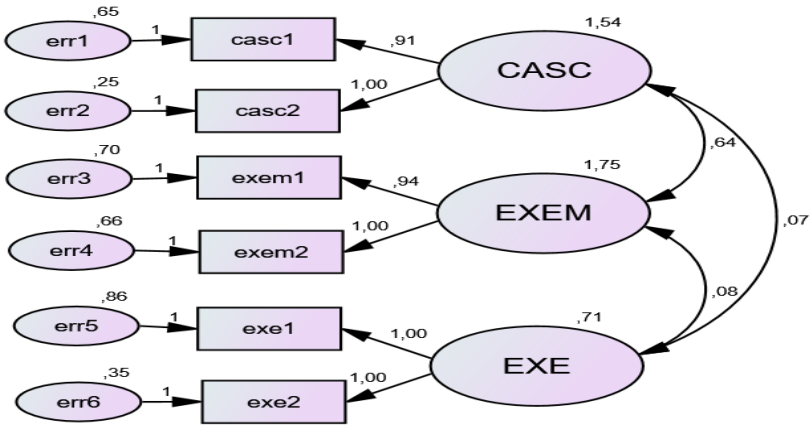
Chi-deux	***Ddl***	**χ^2 / *ddl***	**RMR**	**RMSEA**	**GFI**	**AGFI**	**CFI**	**CAIC**
1,135	6	0,189	0,014	0,000	0,998	0,993	1	95,609

Source : Données de l'analyse factorielle confirmatoire

Le modèle de l'échelle genre est caractérisé par trois variables latentes « CASC », « EXEM » et « EXE », avec leurs contributions factorielles. Elles sont expliquées par les variables observables « casc1 », « casc2 », « exem1 », « exem2 », « exe1 » et « exe2 ». Les résidus « err » de 1 à 6 sont des variables explicatives importantes. Ces résidus impactent le concept de genre

et ne sont pas pris en compte. En effet, il est toujours difficile d'intégrer l'ensemble des variables latentes. Précisons que les estimations ne sont pas standardisées.

Figure 1 : Modèle testé de l'échelle genre



Source : Données du modèle d'équations structurelles

4. Discussion des résultats

Tous les tests et analyses nécessaires ont été effectués pour déterminer les dimensions de l'échelle genre. Ainsi, nous avons découvert que c'est un construit multidimensionnel comprenant trois grands axes : les contraintes socioculturelles, les expressions émotionnelles et les exigences entrepreneuriales qui déterminent les rôles attribués aux femmes dirigeantes de PME/TCFL. L'hypothèse est alors validée, le genre est défini par plusieurs facteurs.

4.1 Les contraintes des activités socioculturelles

Ce facteur englobe des items qui font état de l'impact des activités sociales et familiales sur le travail professionnel de la femme dirigeante de PME/TCFL. *« Les femmes sont plus souvent intéressées par un désir de souplesse et de plus grande harmonie entre leur vie familiale et professionnelle »* (Observateur des PME, 2005, p.72). Dans les systèmes sociaux sénégalais, la femme se charge du bon fonctionnement de la vie domestique et d'une bonne cohésion sociale autour de son entourage. En effet, en tant que maîtresse de maison, elle se doit d'entretenir des relations cordiales avec tout l'entourage de la famille. Les activités sociales concernent l'ensemble des rencontres organisées au sein du cercle familial, notamment les cérémonies de baptême, funèbres, les tours de famille, etc. D'ailleurs, Dankoco (1996) confirme, à travers les propos de Sow (1984), que ces manifestations sociales sont organisées et dominées essentiellement par les femmes.

Ce sont des occasions qui permettent de raffermir les liens familiaux, et la présence de la femme dans ces cérémonies est parfois capitale. En tant que pilier de l'équilibre familial (Desvaux, et al., 2007), la non constance de la femme dans ces types de rencontres peut causer très souvent des différends dans la famille. Les hommes et les femmes adoptent des *« rôles et comportements sociaux que la société détermine et attend d'eux en tant qu'acteur social masculin ou féminin »* (MFFDS, 2015, p.18).

Les femmes sont généralement confrontées à des pratiques sociales négatives issues très souvent des coutumes et traditions, et basées sur la discrimination sexuelle (Salman, et al., 2012). Donc, que vous soyez dirigeante de PME, ces obligations ne vous sont pas épargnées. En effet, d'après Paradas, et al., (2012), la fonction de maîtresse de maison influence, selon Levy-Tadjine & Zouiten (2005), Degavre (2005) et Drion (2006), la relation de bénévolat, tout comme l'inclinaison vers le soin aux personnes et les relations sociales.

Cette situation constitue d'une certaine manière un handicap sur les activités professionnelles de la femme, car elle doit trouver du temps pour cela. Même si elle n'est pas femme au foyer, la dirigeante de PME/TCFL doit pouvoir bien gérer ses activités domestiques et les combiner avec son travail. Ce dernier et la famille, selon Aldrich & Cliff (2003) cités par Defays & St-Pierre (2012), sont des systèmes imbriqués.

C'est à la femme de veiller au bien-être des enfants, du mari et de la belle-famille, et de s'occuper de toutes les tâches ménagères (MFFDS, 2015). Même si elle exerce des activités rémunératrices, cela ne change en rien son rôle d'épouse (Diop, 2005). Si elle n'est pas capable de faire face à ses tâches ménagères parce qu'elle est dans ses activités entrepreneuriales, voire professionnelles, elle doit trouver des solutions. D'ailleurs, elle cherche en permanence à s'organiser et à équilibrer sa vie familiale et professionnelle (Diouf & Simen, 2014 ; Mendy, 2017). Selon Mendy (2017), la femme chef d'entreprise parvient à les concilier, ce qui lui procure une grande capacité organisationnelle supérieure à la moyenne des hommes managers. La plupart du temps, c'est un membre de sa famille qui vient l'aider ou, à défaut, elle cherche une femme de ménage pour la seconder dans ses tâches domestiques. Dans l'exécution des rôles et responsabilités familiaux, les hommes et les femmes ont des besoins et des moyens distincts ainsi que des aspirations différentes quant à la satisfaction de leurs intérêts stratégiques (Sagna, 2006). La moindre faille de cette femme dirigeante peut produire des divergences dans le couple et même aboutir parfois au divorce. Après tout, elle a une fonction maternelle qu'elle doit nécessairement remplir.

Certains auteurs constatent que les responsabilités familiales de la femme constituent des difficultés, un handicap dans l'exercice entrepreneurial. Par conséquent, elle consacre moins de temps à son entreprise (St-Pierre, et al., 2011). Cependant, d'autres auteurs comme Paradas, et al., (2012), reprenant les propos de Carrier, et al., (2006) affirment que la conciliation travail-famille n'impacte en rien la performance.

Dans le cadre de notre recherche, nous confirmons la première thèse. La sphère familiale ainsi que les activités sociales empiètent considérablement les activités professionnelles de la femme dirigeante de PME/TCFL au Sénégal. D'ailleurs, Diouf & Simen (2014) considèrent que les principales entraves à l'entreprenariat féminin au Sénégal sont les traditions sociales et culturelles.

Le travail qu'elles effectuent dans leur entreprise ne les décharge pas des tâches domestiques.

4.2. Les expressions émotionnelles

Ce facteur est constitué de deux principales affirmations portant sur l'influence des sentiments de la femme et de ses relations parentales, ethniques ou amicales aux prises de décision et à la gestion de son entreprise.

Les émotions sont une variété de cognitions qui influencent la mémorisation à long terme, la prise de décisions, la création des addictions, etc. (Cosnier, 2015). En rapportant les propos de Emery & Albert (2006), Gourmat (2007, p. 68) précise que *« chacun doit se rendre compte, par lui-même, qu'il est d'abord et avant tout un être affectif agi et rétroagi par ses affects, les siens propres et ceux de ses alter ego »*. Ainsi, c'est seulement en prenant du recul, de la distance avec tous nos affects intériorisés, refoulés, masqués qu'on avancera sur le chemin de l'autonomie, celui qui mène à la lucidité, à l'authenticité, à la vérité et à la vertu (Gourmat, 2007).

Comme déjà précisé, la femme est caractérisée par son émotivité (Diouf, 2009), connue pour sa sensibilité, elle incarne donc beaucoup de valeurs personnelles qui lui sont inculquées via la culture, l'éducation, la religion, etc. Selon Paradas, et al., (2012, p.3), *« les valeurs féminines portées par la nature reproductive et la fonction ménagère seraient plutôt de l'ordre de la solidarité, du don, du care, de la recherche de consensus et de l'attention à l'autre »*. Brasseur (2001) affirme que les femmes recherchent plus la cohésion interne de leur entreprise et mettent plus en avant les aspects humains et relationnels. Les travaux de Bayad (1998), Bridge, et al., (2003) et Filion (1991) décrits par Defays & St-Pierre (2012) montrent effectivement qu'on ne peut pas détacher les valeurs personnelles du dirigeant des décisions qu'il prend. Cependant,

nous constatons dans cette recherche que ces traits de caractère ne sont pas totalement exprimés dans la prise de décision et la gestion de l'entreprise par la femme.

Hisrich & Brush (1996) ont montré, d'après Mendy (2017), que le management des femmes entrepreneures comporte une dose d'intuition, d'affection et d'émotion, même si elles misent sur la croissance et le profit. Les dirigeants interrogés considèrent que les femmes dirigeantes de PME/TCFL ne sont pas aussi sentimentales dans la prise de décision. Elles peuvent faire fi de leur émotion lorsqu'il s'agit de prendre des décisions dans l'intérêt de l'entreprise (Mendy, 2017).

Pour certains auteurs, le maintien des relations sociales, notamment parentales, ethniques ou amicales, étant très déterminant dans la société, les femmes dirigeantes de PME/TCFL n'en tiennent pas trop compte quand l'intérêt de leur entreprise est en jeu. Elles comprennent bien que l'entreprise a ses propres réalités, contraintes et exigences.

4.3. Les exigences entrepreneuriales

Elles renferment des énoncés qui font référence aux compétences et capacités, mais aussi à l'engagement, à l'ambition et à la rigueur que doit avoir une dirigeante de PME/TCFL. Diriger une entreprise n'est pas une chose évidente et pour cela, il faut des compétences et des connaissances avérées.

En management, les hommes et les femmes ont les mêmes capacités et compétences, confirme l'Observateur des PME (2005). Cependant, le rapport du BIT (2009) affirme que les femmes sont toujours confrontées à la discrimination sexiste, même si elles sont parfois plus qualifiées que les hommes. Quelle que soit la situation, le dirigeant doit avoir le flair des affaires, le sens de l'opportunisme, la prise d'initiative et surtout une connaissance des astuces et des rouages du monde de l'entreprise afin qu'il soit assis confortablement dans la jungle des affaires (Gourmat, 2007).

Le management n'est pas une question de sexe et les femmes dirigeantes d'entreprise, en plus d'être formées, doivent avoir des compétences et des qualités naturelles de gestionnaire telles que la rigueur et le professionnalisme (Mendy, 2017). En effet, Gourmat (2007) précise en s'appuyant sur « Le livre de Danny Miller (1993) » que les représentations du dirigeant, ses croyances et ses valeurs dictent et orientent les schèmes stratégiques et condamnent ainsi la prise de décision.

Dans le cadre de cette recherche, nos résultats nous permettent de confirmer que les hommes et les femmes n'ont pas les mêmes niveaux d'engagement, d'ambition et de rigueur quant à la gestion des PME/TCFL.

Par ailleurs, quel que soit le sexe du dirigeant, les compétences et capacités restent nécessaires pour une bonne gestion de la PME/TCFL. Il est important de retenir que le genre était conceptualisé comme un concept bipolaire alors que de nos jours, il est expliqué comme un concept à plusieurs facteurs.

Conclusion

Dans cet article, l'objectif était de conceptualiser et de mesurer le genre à travers les rôles attribués aux femmes dirigeantes de PME/TCFL au Sénégal. Cette recherche nous a montré que trois principaux rôles sont conférés à la femme dirigeante de PME/TCFL. Cette dernière doit s'occuper des activités socioculturelles même si elles constituent des contraintes pour ses activités professionnelles. Les résultats montrent qu'on ne doit pas s'attendre à ce qu'elle soit influencée par ses émotions ou ses sentiments concernant ses relations amicales, ethniques ou parentales lorsqu'elle prend des décisions dans son entreprise. En plus d'être ambitieuse, engagée et rigoureuse elle doit se doter de certaines compétences et capacités pour pouvoir bien gérer la PME/TCFL.

Pour le bon fonctionnement de la PME/TCFL, le dirigeant joue un rôle essentiel, car ses caractéristiques personnelles et ses comportements managériaux influencent beaucoup sa gestion, surtout que sa personnalité est souvent confondue avec celle de la PME. Concernant les femmes dirigeantes de PME/TCFL, les rôles qui leur sont attribués sont fondamentaux, sauf que certains constituent des handicaps pour la concrétisation de leur véritable performance.

L'approche genre est plus utilisée dans les recherches et les orientations politiques et stratégiques des pays, alors qu'il serait aussi très pertinent de l'appréhender comme le sexe social qui permet de décliner les rôles de sexe ou les rapports sociaux. C'est un concept qui mérite d'amples réflexions. Il servira de prétexte pour étudier, entre autres, les compétences des femmes dirigeantes et comprendre leurs comportements et leur vision stratégique.

Au regard des résultats obtenus, nous voyons que les rôles attribués aux femmes dirigeantes de PME/TCFL sont multiples. Il est donc important dans les recherches futures de voir si ces rôles influencent la performance de l'entreprise ou leur capacité à innover.

Ce travail a permis de mieux cerner le contexte des PME qui s'activent dans la transformation de céréales, fruits et légumes. Par contre, c'est regrettable de constater qu'il n'y a pas de statistiques précises sur ces PME/TCFL au Sénégal.

BIBLIOGRAPHIE

Adjamagbo A., Antoine P., Beguy D. & Dial F. B. (2006). Comment les femmes concilient-elles mariage et travail à Dakar et à Lomé. *Développement institutions et analyses de long terme (DIAL)* Document de travail DT/2006-04.

Alessandrin A. & Esteve-Bellebeau B. (2014). Genre : l'essentiel pour comprendre. HAL Id : hal-01918295. *https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01918295*

Agence National de la Statistique et de la Démographie (ANSD). *Recensement général des entreprises*. Rapport global du recensement général des entreprises. Ministère de l'Economie, des Finances et du Plan, République du Sénégal, janvier 2017.

Bâ S. & Niang A. (2015). Genre et emploi des jeunes ruraux au Sénégal. *Initiative Prospective Agricole et Rurale (IPAR).* Papier de communication présenté à la Conférence organisée par le CODESRIA sur le chômage des jeunes en Afrique du 26 au 27 février.

Badji M. (2018). *Comportement d'achat des produits financiers d'investissement dans les PME familiales sénégalaises : étude de l'influence de la structure des rôles familiaux dans les choix du dirigeant*. Thèse de Doctorat, Université Cheikh Anta Diop de Dakar. Faculté des Sciences Economiques et de Gestion. Ecole Doctorale : Sciences Juridiques, Politiques, Economiques et de Gestion. Formation Doctorale : Gestion et compétitivité de la PME.

Belghiti-Mahut S. (2004). Les déterminants de l'avancement hiérarchique des femmes cadres. *Revue française de gestion, 2004/4 n°151-160.* DOI : 10.3166/rfg.151.145-160.

Ben-Guirat R. (2008). L'approche du genre pour comprendre l'achat des biens durables à gain de temps : cas des femmes tunisiennes en l'an 2000. *La Revue des Sciences de Gestion*, Direction et Gestion n°229 - Marketing

Benoît-Moreau F., Delacroix E. (2020). *Genre et marketing : l'influence des stratégies marketing sur les stéréotypes de genre*. Editeur : EMS Editions, 2020

Benoît-Moreau F., Delacroix E., Floch A. & Motis E. (2018). Les stéréotypes de genre dans le secteur de l'habillement : le cas des tee-shirt à messages. *4ème journée de Recherches en Marketing* du Grand Est, mars 2018, Mons, Belgique. hal-01803622.

Benquet M. & Laufer J. (2016). Femmes dirigeantes. *La Découverte. Travail, genre et sociétés* 2016/1 n° 35. p.19 à 25. ISSN 1294-6303. ISBN 9782707189493.

Bitbol-Saba N. (2015). *La gestion des conflits de rôles chez les auditrices légales en situation d'interactions avec le client.* Thèse pour l'obtention du doctorat en sciences de gestion, Université Paris Descartes, Ecole doctorale de Sciences juridiques, politiques, économiques et de gestion, Centre d'Etudes et de Recherche en Droit des Affaires et de Gestion.

Boisclair I. & Saint-Martin L. (2007). Féminin/masculin : jeux et transformations. *Voix et Images,* Volume 32 numéro 2(95) hiver 2007. Université du Québec à Montréal.

Bollecker G. & Nobre T. (2011). Les conflits de rôle, une conséquence des paradoxes qui s'exercent sur l'organisation : le cas d'une organisation de service public évoluant vers le modèle marchand. *XXe conférence de l'AIMS Nantes du 7 au 9 juin 2011*.

Brasseur M. (2008). Le rôle des stéréotypes dans le management de la diversité culturelle : le cas de l'Afrique. *La Revue des Science de Gestion.* Direction et Gestion. 2008/2 n°230 / p. 61 à 67. ISSN 1160-7742.

Brasseur M. (2009). Vers une gestion de la diversité des genres : une approche par le sentiment identitaire. *Management et Avenir*. 2009/8 n°28 / p. 380 à 391. ISSN 1768-5958.

Burakova-Lorgnier M. (2004). Construction du genre : paradigme et méthodologie de recherche. *Journées d'études à l'IEP de Bordeaux. 25, 26 et 27 novembre 2004.* Renforcer le genre dans la recherche, approche comparative Sud-Nord.

Bureau International du Travail (BIT) (2009). *L'égalité entre homme et femmes au cœur du travail décent*. Rapport VI, Conférence internationale du travail 98ème session, 2009.

Chabaud D. & Lebègue T. (2013). Femmes dirigeantes en PME : bilan et perspectives. *Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme* (RIMHE). 2013/3 n°7 / p. 43-60. ISSN 2259-2490.

Coenen-Huther J. (2005). Heurs et malheurs du concept de rôle social. *Revue européenne des sciences sociales.* XLIII-132/ 2005. L'interdisciplinarité existe-t-elle ?

Coquery-Vidrovitch C. (2004). Historiographie et histoire du concept genre : le point de vue de la recherche. *Journées d'études à l'IEP* de Bordeaux 25, 26 et 27 novembre.

Cosnier J. (2015). *Psychologie des émotions et des sentiments » http://icar.univ-lyon2.fr/membres/jcosnier/.*

Dali-Youcef S. (2012). *Les rôles de la femme dans le processus de décision familiale d'achat.* Mémoire de Magister en Sciences de gestion. Université Abou-Bekr Belkaid- TLEMCEN. Facultés des Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Sciences Commerciales

Dankoco I. S. (1996). *Le comportement d'achat familial au Sénégal : les rôles de la femme dans le processus de décision.* Thèse de doctorat, Université de Corse Pascal Paoli.

Davis H.L. (1970). Decisions of marital roles in consumer decision making. *Journal of Marketing Research*, Vol. 7, n° 2 (may, 1970), pp168-177.

Davis H. L. et Rigaux-Bricmont B. (1974). Perception of marital roles in decision processes. *Journal of Consumer Research.*

Defays L. & St-Pierre J. (2012). Réflexion du dirigeant de PME dans un contexte difficile : quelle place pour les valeurs personnelles de l'individu à la tête de l'entreprise. *11ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME).*

Delpech J. (2010). *Stéréotypes et régulation de la différence de sexe en matière de rotation mentales 3D : une approche expérimentale*. Thèse pour obtenir le grade de Docteur d'Aix-Marseille université, Formation doctorale : Psychologie.

Delphy C. (2001). *Penser le genre : problèmes et résistances* ». L'ennemi principal (tome 2) : Penser le genre, Paris, Syllepse pp. 243. 260.

Desvaux G., Devillard-Hoellinger S. & Baumgarten P. (2007). *Woman matter : la mixité, le levier de peformance de l'entreprise.* McKinsey&Compagny. Copyright©2007 Mckinsey & Company, Inc.

Diop F. (2002). Le processus de perception des attributs par la ménagère au Sénégal : application aux céréales locales transformées. *IAE de Paris (Université de Paris 1. Panthéon-Sorbonne)* – GREGOR – 2002 – 05.

Diop F. (2005). *Evaluation des critères d'achat par la ménagère sénégalaise : application aux céréales locales transformées*. Thèse pour obtenir le grade de Docteur en Sciences de Gestion Université Cheikh Anta Diop de Dakar (UCAD).

Diouf I.D. & Simen S. (2014). Entreprenariat féminin au Sénégal : vers un modèle entrepreneurial de « nécessité » dans les pays en développement. *Revue Ouest Africaine de Sciences Economiques et de Gestion (ROASEG)* volume 7, n°2 juin 2014

Diouf M. (2009). *Eclairage sur le (s) féminisme (s). origines - discours – critiques*. Presses Universitaires de Dakar, Université Cheikh Anta Diop de Dakar, Dakar, 2009, ISBN : 2-913184-51-0, EAN : 9782913184510.

Fall Sokhna R. & Thiéblemont-Dollet S. (2009). Du genre au Sénégal : un objet de recherche émergent ?. *Questions de communication 19/2009 Journalistes et sociologues. questionsdecommunication.revues.org*/350.

Fougeyrollas P. & Roy Kathia (1996). Regard sur la notion de rôles sociaux : réflexion conceptuelle sur les rôles en lien avec la problématique du processus de production du handicap. *Service social,* vol. 45, n°3, 1996, p. 31-54. www.erudit.org

Gardey D. (2004). *Enjeux des recherches sur le genre et le sexe*. Rapport à Mme la Présidente du Conseil scientifique du CNRS, 2004. halshs-00003862. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00003862.

Gavard-Perret M. L. (2000). D'un marketing aux valeurs masculines à un marketing aux valeurs féminines. *Décisions Marketing*. Mai-août 2000, N°20, pp. 11-20. *Association Française du Marketing.* https://www.jstor.org/stable/40592740

Gourmat N. (2007). *L'influence des représentations sociales sur la prise de décision : illustration par la carte cognitive du dirigeant marocain*. Thèse pour l'obtention du grade de Docteur Sciences de gestion Université Jean Moulin Lyon 3 Ecole Doctorale Sciences économiques et de gestion.

Gravel A. R. (2017). *L'analyse des rapports sociaux de sexe comme voie de renouvellement du champ théorique et pratique en relations industrielles : étude du droit de retrait préventif des infirmières enceintes*. Thèse de Doctorat en relations industrielles de l'Université Laval offert en extension à l'Université du Québec en Outaouais.

Hubert O. (2004). Féminin/masculin : l'histoire du genre. *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 57, n° 4, 2004, p. 473-479.

Ifeyinwa U. D. (2008). Work-family conflicts of professional women in Africa : sources and health implications. *Gender institute session 2008, Gender in contemporary labour markets,* CODESRIA, Proposition de recherches, Dakar, 16 juin -11 juillet 2008.

Kama J. G. (2016). *L'influence du genre sur les situations liées au management de projet*. Thèse pour l'obtention du grade de Docteur de l'Université François – Rabelais de Tours en Sciences de Gestion.

Kis O. (2004). L'approche du ″genre″ dans les recherches historiques et ethnologiques. *Ethnologie française* 2004/2, Tome XXXVII, p.291-302.

Kpakpo P.A. (2004). La femme et le pouvoir dans la société togolaise traditionnelle. *Revue du CAMES* – Série B, vol 006 N°1-2, 2004.

Landrieux-Kartochian S. (2007). Les organisations face au plafond de verre. *Lavoisier/« Revue française de gestion »*. 2007/4 n° 173 /pages 15 à 30. ISSN 0338-4551. ISBN 978274621878. DOI 10.3166/rfg.173.15-30 https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2007-4-page-15.htm

Landrieux-Kartochian S. (2004). *Plafond de verre et gestion de carrière des femmes cadres : analyse comparée du cas d'une grande entreprise de conseil.* Thèse présentée et soutenue publiquement pour l'obtention du Doctorat de l'Université de Paris I en Sciences de Gestion, le 9 novembre 2004.

Laufer J. (2005). La construction du plafond de verre : le cas des femmes cadres à potentiel, *Travail et emploi n°102*, avril-juin.

Legal J.B. (2008). Effets non conscients des stéréotypes sur les comportements et les performances. *Projet à l'initiative de l'AFPS et de www.psychologie-sociale.org* « Préjugés et Stéréotypes » réalisé avec le concours du Ministère de la Recherche 2008.

« Livre vert sur l'innovation » Commission Européenne 1995.

Magri S. & Varikas E. (1991). Femmes, genre, histoire. In : Genèses, 6, 1991. *Femmes, genre, histoire*. p. 2-4.

Malika R. (2013). *La question du genre dans les politiques publiques en Algérie : emploi, protection sociale et pauvreté*. Université d'Oran, Faculté des Sciences Economiques, des Sciences de Gestion et des Sciences Commerciales. Mémoire de magister en Sciences Economiques. Option : Planification.

Marrekchi K., (2001). Théories des organisations, pratiques de GRH et genre : vers une explication du phénomène de glass ceiling. *Colloque international Genre, population et développement en Afrique, Abidjan*, 16-21 juillet 2001.

Méjias J. (2005). *Sexe et société : la question du genre en sociologie.* Edition Yasmine Bonhomme, Bréat 2005 ISBN 2 7495 04562.

Mendy M. (2014). *Analyse des pratiques managériales des femmes chefs d'entreprise au Sénégal : vers un style féminin de management*. L'Harmattan. Gestion des activités publiques et privées en milieu africain : l'exemple du Sénégal. ISBN 978-2-296-99865-0.

Mendy M. (2017). Existe-t-il un modèle féminin de management ? analyse exploratoire des discours et vécus des femmes chefs d'entreprise eu Sénégal. *Revue Congolaise de Gestion* 2017/1 Numéro 23 p. 55-84 https://www.cairn.info/revue-congolaise-de-gestion-2017-1-page-55.htm.

Ministère de la Femme, de la Famille et du Développement social (MFFDS) (2015). *Stratégie Nationale pour l'égalité et l'équité de genre.* République du Sénégal, 2015.

Muamba B. J. (2003). *Recherches sur le statut juridique des femmes en Afrique*. Thèse pour le Doctorat en Droit, Université des Sciences sociales de Toulouse, octobre 2003.

Observateur des PME (2005). *Dirigeant de PME, un métier ? Eléments de réponse*. Regards sur les PME, numéro 8, septembre 2005, ISSN 1761-1741.

Parini L. (2008). Etudes femmes/féminismes ou genre : des approches qui ne s'excluent pas. *Actes des travaux du 5ème congrès des Recherches Féministes dans la Francophonie Plurielle* Le féminisme face aux défis du multiculturalisme, Rabat, les 21-25 octobre 2008, Maroc.

Paradas A., Debray C., Revelli C. et Courrent J.M. (2012). Femmes dirigeantes de petites et moyennes entreprises (PME) et responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) : une étude exploratoire. *11ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME)*.

Rguibi K. & Atid A. (2021). Leadership dans une perspective de genre., Revus Internationale du Chercheur. Volume 2 : numéro 3. pp : 1373 - 1394

Safa F. & Rafla H. (2017). Les obstacles liés au développement du leadership féminin : cas de femmes tunisiennes chefs d'entreprises. *XXVIème Conférence Internationale de Management Stratégique*. AIMS 2017.

Sagna M. B. (2006). Les réticences et facteurs de blocage dans le cadre de l'intégration du genre. *Colloque international- Bordeaux*, 2 au 4 février 2006. Genre et développement : quels enjeux pour la formation ?

Salman N., El Abboubi M. & Henda S. (2012). Les femmes chefs d'entreprise au Maroc. *11ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME).*

Samb C.D. (2015). *Les femmes dans la gestion décentralisée des ressources naturelles : l'exemple des groupements de promotion féminine de la réserve naturelle d'intérêt communautaire de Somone (Thiès)*. Thèse de doctorat unique, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Ecole Doctorale : ETHOS, Spécialité : Sociologie de l'environnement et du développement durable.

Segun M.T. & Robinson G. (2005). Ethique de genre et démocratie coopérative. *Colloque d'orientation et de sensibilisation « éthique et coopératives du nouveau-Brunswick, Université de Moncton* 21 janvier 2005.

St-Pierre J., Carrier C. & Pilaeva K. (2011). Développement durable et PME : les femmes ont-elles une conception différente de celle des hommes ? *Colloque International : PME en marche vers le développement durable, Montréal, Octobre*.

Tissier-Desbordes E. & Kimmel A. J. (2002). Sexe, genre et marketing : définition des concepts et analyse de la littérature. *Décisions Marketing.* Avr-Juin 2002, n° 26, pp. 55-69. *Association Française du Marketing. https//www.jstor.org/stable/40592803*

United Nations Industrial Development Organisation (UNIDO) (2021). *Evaluation de la politique d'autonomisation économique des femmes dans l'industrie verte.* Rapport de pays Sénégal. Ministère du Dévéloppement Industriel et de la Petite et Moyenne Industrie. UN Women. German cooperation Deutsch Zusammenarbeit