
Les motivations entrepreneuriales chez les PME au Maroc et au Mexique : Étude Comparative

Yves Robichaud¹, Abdellatif Taghzouti², Abdelouahid Assaidi³, Jean-Charles Cachon⁴ et José Barragán Codina⁵

RESUME :

Les PME occupent une place importante dans l'économie du Maroc et du Mexique en termes de création d'emploi et de PIB. Il est donc primordial de mieux comprendre comment les PME se créent et se développent afin de bâtir une économie plus solide. L'objectif de cette étude est de déterminer et de comparer les motivations des entrepreneurs Mexicains et Marocains. Pour y arriver, cette étude a identifié et analysé les motivations entrepreneuriales d'un échantillon de 414 répondants du Mexique et du Maroc. La collecte des informations s'est faite au moyen d'un questionnaire et le traitement statistique des données a été fait à l'aide de SPSS. L'analyse des résultats fait ressortir que les entrepreneurs du Mexique et du Maroc sont surtout motivés par des objectifs économiques dans la mesure où quatre des six premiers objectifs retenus par les entrepreneurs des deux pays sont de type extrinsèque. Cependant, les entrepreneurs du Mexique favorisent davantage les objectifs intrinsèques que leurs homologues marocains qui, en revanche, privilégient davantage les objectifs liés à l'indépendance et l'autonomie.

Mots-clés : Entrepreneuriat, motivations entrepreneuriales, PME, objectifs extrinsèques, objectifs intrinsèques.

¹ Professeur titulaire, Département de comptabilité - Faculté de gestion - Université Laurentienne - Chemin du Lac Ramsey - Sudbury, Ontario, Canada, P3E 2C6. Courriel : yrobichaud@laurentienne.ca

² Professeur en stratégie management - Université Sidi Mohamed Ben Abdellah - Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Fès – Maroc. Courriel : Abdellatif.taghzouti@usmba.ac.ma

³ Professeur agrégé, Département de finance et d'opérations - Faculté de gestion - Université Laurentienne - Chemin du Lac Ramsey - Sudbury, Ontario, Canada, P3E 2C6. Courriel : aassaidi@laurentienne.ca

⁴ Professeur titulaire, Département de marketing et de gestion - Faculté de gestion - Université Laurentienne Chemin du Lac Ramsey - Sudbury, Ontario, Canada, P3E 2C6. Courriel : jccachon@laurentienne.ca

⁵ Coordonnateur de l'accréditation international - FACPYA, Universidad Autonoma de Nuevo León - Cd. Universitaria C.P.66450 San Nicolas de los Garza, Monterrey, Nuevo Leon, Mexico. Courriel : jose.barraganc@uanl.mx

Introduction

Il est important de souligner la similarité de la situation géopolitique du Maroc et du Mexique vis-à-vis de leurs principaux partenaires commerciaux. En effet, ces deux pays du Sud ont historiquement tous deux contrôlé des territoires situés dans les actuels pays du Nord vers lesquels ils exportent : dans l'Union Européenne pour le Maroc (territoires des anciens royaumes Almoravide puis Almohade entre 1070 et 1269 couvrant jusqu'à la moitié de la péninsule Ibérique ; Lévi-Provençal 1928 ; Buresi 2008) ; aux États-Unis pour le Mexique (territoires du Texas et du Sud-Ouest actuel, les états de Californie, Arizona, Nevada, Utah, Nouveau-Mexique et Colorado, Allen, 1967). Ces deux pays ont aujourd'hui des ententes commerciales formelles avec leurs partenaires économiques du Nord, de même que des ententes portant sur le mouvement des personnes et des capitaux. Par exemple, nombreux sont les expatriés des deux pays à travailler dans les pays du Nord, tout en continuant à soutenir l'économie de leur pays d'origine par des transferts de fonds à leur famille. Le Maroc, comme le Mexique, ont aussi développé une importante industrie touristique ayant pour clientèles prédominantes les populations des pays partenaires du Nord.

Pour ce qui est des petites et moyennes entreprises (PME), l'importance de leur rôle dans l'économie mondiale a été prouvée : le Maroc et le Mexique ne font pas exception à ce constat. En 2017, le Mexique comptait environ quatre millions d'entreprises dont 99,8% étaient des PME, dont 57,2% faisaient partie de l'économie informelle (STPS-INEGI, 2017). Les PME génèrent 52% du produit intérieur brut (PIB) et 72% de l'emploi (Gouvernement fédéral du Mexique, 2016). Classé douzième parmi les économies mondiales en 2015 avec un PIB de 1 064 milliards, le Mexique est exportateur, avec plus de 80% de ses produits exportés vers les États-Unis et le Canada (CIA World Fact Book, 2016).

Au Maroc, 93% des firmes sont des PME représentant 46% de l'emploi et 30% des exportations, 33% de l'investissement et 38% de la production. Il existerait plus de 500 000 PME au Maroc dont les trois quarts évolueraient dans l'économie informelle (Banque africaine de développement, 2009). Le Maroc est la troisième puissance économique d'Afrique du nord et la cinquième économie Africaine, avec un PIB de 107 milliards de dollars en 2014. Le Maroc a enregistré une croissance de 2,7% en 2014 mais les perspectives de croissance faisaient état d'une

croissance attendue de 4,5% et de 5% en 2015 et 2016 respectivement. (Banque africaine de développement, 2015).

Cette étude exploratoire visait trois objectifs, le premier étant de déterminer les motivations des entrepreneurs Mexicains et Marocains. Le deuxième objectif visait à préciser l'orientation des motivations des entrepreneurs des deux pays et à vérifier si les motivations entrepreneuriales diffèrent selon le pays étudié. Finalement, le troisième objectif tentait de voir si l'analyse factorielle donnerait lieu aux mêmes regroupements que ceux obtenus lors d'études précédentes.

L'étude des motivations entrepreneuriales est fondée sur des modèles théoriques d'étude de la performance (Morris *et al.*, 2006; Blawatt, 1995; Naffziger *et al.* 1994; Herron et Robinson, 1993) faisant ressortir l'importance des objectifs poursuivis par les entrepreneurs dans le développement de leur entreprise. L'attention manifestée par ces chercheurs à l'égard de la variable motivation se base sur la prémisse qu'une meilleure compréhension des motivations entrepreneuriales contribue à une meilleure compréhension des comportements choisis par les entrepreneurs et une explication plus précise de l'impact de ces comportements sur la performance de leur entreprise.

Quatre raisons principales justifient cette étude: 1) il existe très peu d'études empiriques portant sur l'entrepreneurship au Maroc ou au Mexique (Foster et Howard, 2006; Cachon *et al.*, 2013); 2) le Maroc et le Mexique sont deux pays étroitement liés économiquement à des pays plus riches: l'Union Européenne dans le cas du Maroc et l'ALENA (États-Unis-Canada-Mexique), dans le cas du Mexique; 3) les PME occupent une place importante dans l'économie de ces deux pays en termes de création d'emploi et de PIB, et 4) le Maroc cherche à obtenir plus d'échanges avec l'étranger suite au partenariat avec l'Union européenne de 1996, tandis que le Mexique cherche à diversifier ses exportations compte tenu de la renégociation de l'ALENA de 2017, qui réduit ses exportations vers les Etats-Unis.

Compte tenu de ces raisons, il est primordial de mieux comprendre comment les PME se créent et se développent afin de favoriser la poursuite de l'essor économique des pays concernés. Plus précisément, l'atteinte des objectifs de l'étude apportera plusieurs contributions à l'avancement des connaissances scientifiques tout en fournissant différents éléments de référence à plusieurs intervenants du domaine de l'entrepreneuriat. A titre d'exemple, les gouvernements, surtout préoccupés par leurs politiques et leurs programmes d'aide aux entreprises et par la création

d'emplois pourraient utiliser de telles informations pour mettre sur pied des programmes en fonction des besoins spécifiques des entrepreneurs notamment les entrepreneurs axés sur la croissance. Dans le même ordre d'idées, les chercheurs en entrepreneuriat pourraient s'y référer pour améliorer leur état de connaissances dans ce champ d'études et ainsi permettre d'élaborer des modèles plus sophistiqués pour expliquer la performance des entreprises. Finalement, cela permettrait de livrer des informations clés aux entrepreneurs eux-mêmes ainsi qu'aux personnes qui doivent assumer le risque financier de leurs projets (par exemple, les institutions financières). Dans cette étude, nous avons donc identifié et analysé les motivations entrepreneuriales d'un échantillon de 414 hommes entrepreneurs au Mexique et au Maroc. Les données ont été recueillies à l'aide d'un questionnaire déjà utilisé lors d'études internationales aux États-Unis, en France, au Canada et en Afrique.

Cet article est divisé en trois parties: la première présente la situation de l'entrepreneurship au Mexique et au Maroc, la deuxième analyse les motivations entrepreneuriales dans ces deux pays, tandis que la dernière partie comprend la méthodologie de l'étude, les résultats et les conclusions.

1. Revue de la littérature

1.1. L'entrepreneuriat au Mexique

S'inspirant de la terminologie de Porter *et al.*, (2002), le Forum Économique Mondial distingue les économies nationales selon qu'il s'agit d'une économie fondée sur les facteurs, mue par l'efficience ou tournée vers l'innovation (WEF, 2016). Selon l'Indice de compétitivité globale 2016-2017 du Forum Économique Mondial, le Mexique est passé du 57^{ème} au 51^{ème} rang sur un total de 138 pays et est considéré comme étant dans la phase de transition entre un pays guidé par des préoccupations d'efficience à celui d'un pays orienté vers l'innovation et la sophistication. Cette remontée dans le classement est principalement attribuable à des gains d'efficacité du marché. La position concurrentielle du Mexique tant au niveau national qu'étranger sur le marché des biens s'est considérablement améliorée, reflétant ainsi les résultats non seulement des choix stratégiques, mais également des réformes de sa politique commerciale. Le marché du travail est devenu plus flexible, les incitatifs gouvernementaux plus variés et les marchés financiers ont, de leur côté, amélioré leur accessibilité pour les entrepreneurs.

A l'échelle mondiale, le Mexique se classe dans les premières places pour ce qui est de l'activité entrepreneuriale totale (indice TAE), pour atteindre un taux de 25% en 2015 (Kelley, Singer et Herrington, 2016). En outre, on y dénote une forte propension chez les jeunes à entreprendre, de sorte que près de 30% des entrepreneurs mexicains sont âgés de 16 à 24 ans, avec un âge moyen des entrepreneurs égal à 33,5 ans (Bosma et al., 2007). En matière de création d'entreprises, le Mexique s'est toujours signalé par un très grand dynamisme. Les données des recensements économiques de 2004 et de 2009, indiquent une augmentation de 21,1% des unités économiques, et de 19,6% chez les personnes employées (INEGI, 2009). En effet, la politique néolibérale mise en œuvre au Mexique ces dernières décennies, c'est-à-dire le désengagement de l'état vis-à-vis de l'économie, les progrès vers la libre concurrence et la libéralisation des échanges, a été citée comme étant le moteur de la croissance économique (Méndez, 1998). Plus des trois quarts des importations du Mexique portent sur des produits partiellement transformés, donc destinés à des activités de production (Sánchez et al., 2014).

En outre, le Mexique a, ces dernières années, centré de plus en plus son action sur la promotion de l'entrepreneuriat. En 2012, le gouvernement mexicain a créé un fonds de démarrage par l'intermédiaire de la Nacional Financiera (NAFIN), la banque de développement de l'État fédéral, pour le co-investissement dans les firmes en démarrage (start-up), le premier du genre (North, 2012)ⁱ. Récidivant, au début de 2013, le gouvernement a créé l'Institut national de l'Entrepreneur (INADEM), un organe administratif du ministère de l'Économie spécialement conçu pour développer un écosystème entrepreneurial plus fort (INADEM)ⁱⁱ. On peut également observer l'existence d'un réseau de soutien à travers plus de 500 programmes d'incubation répartis dans 190 villes dont 50 sont réservés à des entreprises à forte croissance potentielle (New Venturist)ⁱⁱⁱ. De telles actions soulignent l'engagement du pays à accélérer l'innovation et à améliorer la compétitivité du Mexique.

De plus, certains facteurs tendent à renforcer ces actions. Par exemple, la proximité géographique du Mexique avec les États-Unis, son adhésion à l'ALENA, tout comme les 12 accords de libre-échange couvrant 44 pays offrent d'énormes possibilités aux exportateurs (Villarreal, 2017). De même, la hausse des coûts de la main-d'œuvre en Chine a déjà provoqué des relocalisations vers le Mexique de la part de fabricants de produits destinés aux États-Unis. Dans l'ensemble, le Mexique a réalisé des progrès considérables au cours des dernières années, en partie suite à la

volonté du gouvernement fédéral de faire de l'entrepreneuriat un vecteur de croissance économique.

Certaines faiblesses structurelles viennent modérer le développement de l'entrepreneurship au Mexique : la difficulté d'accès au financement et le faible taux de scolarisation au niveau supérieur ralentissent la croissance de la productivité et limitent l'offre de main-d'œuvre qualifiée pour les nouvelles entreprises. Le Mexique pourrait donc, à moyen terme, être inapte à composer avec l'économie du savoir (EY, 2013). De plus, l'économie mexicaine a été frappée par la chute des prix du pétrole depuis 2014, la faiblesse du commerce mondial et la chute de la production industrielle de 2009, sans compter les effets négatifs des annonces du gouvernement Trump en ce qui a trait au retrait du PTP (Partenariat Trans-Pacifique), de l'ALENA et à la construction d'un mur entre les États-Unis et le Mexique (Villareal, 2017, 16). Enfin, selon le World Economic Forum (2016), les principaux obstacles à la création d'entreprises au Mexique, par ordre d'importance décroissant, seraient la corruption, le crime et le vol, l'inefficience de la bureaucratie gouvernementale, l'inadéquation des infrastructures et une main-d'œuvre inadéquatement éduquée. Cependant, le Mexique demeure l'une des économies les plus compétitives de la région et fait des progrès sur le plan de certains des facteurs fondamentaux responsables de la prospérité future.

1.2 L'entrepreneuriat au Maroc

Le Maroc fait partie de la région MENA (Middle East and North Africa), qui comprend aussi les pays suivants: l'Algérie, la Tunisie, la Libye, l'Égypte, la Palestine, Israël, la Jordanie, le Liban, la Syrie, l'Iraq, l'Iran, le Koweït, l'Arabie Saoudite, Les Émirats Arabes Unis, Bahreïn, le Qatar, Oman et le Yémen. Bien que la majorité de ces pays soient producteurs de pétrole, on assiste actuellement à un changement de comportement chez les investisseurs du MENA, qui semblent délaisser le pétrole et le gaz en faveur des firmes et des services axés sur la consommation, compte tenu du déclin et de la volatilité des prix du pétrole. Comme conséquence, les pays du MENA tendent à se diversifier (GIH, 2008; MENAPEA, 2015).

De plus, selon le rapport d'enquête de 2015 « *Entrepreneurship in the Middle East* »^{iv}, 64% des répondants en âge de travailler dans la région MENA préfèrent avoir leur propre entreprise que d'être salariés. À la suite des turbulences politiques et économiques dans la région, du manque

d'emplois, des fluctuations des prix du pétrole et d'un désir croissant d'indépendance chez les jeunes, le travail autonome a acquis une grande importance ces dernières années.

Selon l'Indice de compétitivité globale 2016-2017 du Forum Économique Mondial, le Maroc est passé du 72^{ème} au 70^{ème} rang sur un total de 138 pays et est considéré comme étant au stade d'un pays guidé par des préoccupations d'efficience (WEF, 2016). Comparé à des économies de niveau de développement similaire, le Maroc reste parmi les pays les moins entrepreneuriaux (GEM, 2016).

Toutefois, on peut observer une accélération de la dynamique entrepreneuriale qui est davantage orientée par la recherche d'opportunité que par une réaction à un marché du travail insatisfaisant. En effet, en 2016 l'indice de l'activité entrepreneuriale (TAE) est passé de 4,4% à 5,6% de la population active totale. De ce nombre, le TAE de nécessité compte pour seulement 1,2% (GEM, 2016). Cette dynamique serait attribuable à la création de nouvelles entreprises dont le pourcentage a atteint 4,3% en 2016 contre 3,2% en 2015. Cependant, la majorité de ces nouvelles entreprises marocaines n'innovent pas et tendent plutôt à reproduire une activité avec une technologie existante dans des secteurs fortement concurrentiels, ce qui dénote un entrepreneuriat peu innovant et faiblement créateur d'emplois. Selon GEM (2016), la dynamique entrepreneuriale n'est pas le fait de toutes les régions du Maroc, celles du Sud l'étant moins comparées aux régions du Nord comme la Région de Casablanca-Settat qui s'illustre comme la région la plus entrepreneuriale avec un taux d'émergence d'entrepreneurs de 8,5%.

L'essentiel des éléments nécessaires à la mise en place d'un écosystème entrepreneurial sain existe au Maroc. Cependant, le manque de communication entre les acteurs clés tels le gouvernement et le secteur privé crée un hiatus qui se traduit par un écosystème en croissance mais fragmenté d'où un manque de soutien suffisant aux activités entrepreneuriales (World Bank, 2017). Toujours selon ce rapport, le soutien au démarrage d'entreprise existe mais, il a besoin d'être plus solidement relié à l'écosystème et une amélioration de la qualité de l'infrastructure existante est aussi nécessaire. Par ailleurs, le déficit de compétences au Maroc limite la plupart des entreprises dans l'atteindre leur plein potentiel. Bien que les entrepreneurs soient généralement hautement qualifiés au plan de la technique, ils ne possèdent généralement pas les connaissances commerciales pour faire avancer leurs concepts et technologies au-delà de l'idéation et des premières étapes de conceptualisation. L'absence de mentors contribue

également à limiter la croissance entrepreneuriale. En effet, il est difficile au Maroc de trouver des mentors capables de guider les entrepreneurs à travers toutes les phases du cycle de croissance. En raison du manque d'une culture « donner en retour » dans l'écosystème, de nombreux entrepreneurs expérimentés ne sont pas disposés à conseiller leurs homologues plus jeunes (World Bank, 2017).

Des mesures institutionnelles visant à corriger la situation ont été adoptées. Par exemple, la Banque européenne d'investissement (BEI) et le Groupe de la Banque mondiale (WBG) ont signé en 2016 une entente de mise en œuvre de l'Initiative Boost MENA afin de soutenir les entrepreneurs débutants et, en particulier les jeunes et les femmes (World Bank, 2016). L'objectif consiste à mettre en place un nouveau mécanisme d'investissement pour les pays du MENA qui combine le financement de « start-ups » innovantes y compris les premières phases des entreprises à forte croissance avec une assistance technique significative. En particulier, l'approche intégrée de l'initiative vise à soutenir autant les premières étapes que les étapes subséquentes les plus risquées du cycle de la création d'entreprise. Par sa conception, le projet est sensé fournir un soutien à long terme aux programmes ciblant les entrepreneurs, tels que les accélérateurs / incubateurs d'entreprises, les fonds d'amorçage, les réseaux d'investisseurs providentiels, les plates-formes de participation, les fonds d'impact social et les fonds de capital de risque.

Les principaux obstacles à la création d'entreprises au Maroc sont, par ordre d'importance décroissant, l'accès au financement, la formation inadéquate de la main-d'œuvre, la bureaucratie gouvernementale, les taux d'imposition, la capacité insuffisante d'innovation, la corruption, la réglementation fiscale, l'insuffisance des infrastructures et le manque d'éthique au travail de la main-d'œuvre locale (WEF, 2017).

1.3 Motivations des entrepreneurs du Mexique et du Maroc

Démarrer sa propre entreprise comporte de grands risques. Le fait de comprendre les motivations qui poussent un individu à s'y engager constitue un thème récurrent dans l'étude de l'entrepreneurship (Zimmerman et Chu, 2013). En effet, la compréhension du processus entrepreneurial découle de la découverte des raisons de démarrer et de maintenir une firme en exploitation (Kuratko et al., 1997), la motivation constituant le lien entre les intentions et les

actions entrepreneuriales (Carsrud et Brannback, 2011). En l'état actuel de la recherche dans le domaine, la décision d'un individu de devenir entrepreneur résulte de l'interaction de plusieurs facteurs : caractéristiques et environnement personnels, environnement sectoriel, buts et objectifs personnels de l'individu, une idée d'entreprise viable et une perception de la probabilité d'atteinte de résultats, y compris des attentes personnelles (Cohen et Bacdayan, 1994). En d'autres termes, la motivation de créer son entreprise peut se comprendre comme un cheminement personnel résultant de l'interaction de plusieurs facteurs ; cette motivation doit donc être comprise comme l'expression d'une attitude particulière résultant de l'image de soi des individus, et leurs besoins d'accomplissement, d'autonomie, de créativité, de contrôle ainsi que leur attitude devant la prise de risques (Cromie, 2000).

On convient généralement de distinguer deux grandes catégories de facteurs qui poussent les individus à s'engager dans une activité entrepreneuriale : 1) Un groupe de facteurs d'attraction (« pull »), associant la création d'entreprise à des opportunités saisies suite à des choix délibérés 2) Des facteurs de pression (« push »), où la création d'entreprise résulterait d'une décision forcée par les circonstances (Fairlie, 1996). Le groupe attraction (« pull ») a été identifié aux aspects positifs du travail indépendant, présentant celui-ci comme une activité attrayante à laquelle on s'adonne délibérément (Fairlie et Meyer, 1991). Ce groupe fait référence à des besoins d'indépendance et d'autonomie, d'accomplissement personnel, de défi et la possibilité de gains financiers plus importants. Le groupe pression (« push ») de motivations correspond à des événements négatifs obligeant l'individu à démarrer une entreprise ; par conséquent le travail indépendant est alors perçu comme une solution de dernier recours résultant de l'exclusion de l'individu du marché du travail (Feldman *et al.*, 1991). Au nombre de ces facteurs, on peut citer le chômage chronique, les bas salaires et la discrimination (Light, 1979), le licenciement, l'insatisfaction dans les emplois antérieurs, les problèmes de santé, les difficultés financières de la famille, un besoin de flexibilité dû à des responsabilités familiales plus importantes et le décès d'un ou des deux parents propriétaires d'une entreprise (Chedli, 2016).

Par ailleurs, la littérature fait ressortir chez les entrepreneurs une grande diversité de motivations qui peuvent être d'ordre économique tels que l'obtention d'une rémunération monétaire et la construction de richesse dans l'entreprise (Langan-Fox et Roth, 1995), le fait de générer des revenus supplémentaires après la retraite (Aspaas, 2004), l'acquisition de richesses personnelles,

l'augmentation du revenu personnel et / ou l'augmentation des revenus (Kuratko *et al.*, 1997) ou d'ordre non économique tels que la sécurité de l'emploi pour soi-même et sa famille (Aronoff et Ward, 1995), l'accomplissement de soi, l'opportunité de créer quelque chose (Aspaas, 2004), l'indépendance et l'autonomie, le contrôle obtenu en étant son propre patron, la croissance personnelle, la reconnaissance, le défi, et la satisfaction d'un besoin de réussite (Kuratko *et al.*, 1997; Robichaud *et al.*, 2001).

L'importance attribuée aux objectifs a conduit les chercheurs à développer des instruments de mesure des motivations entrepreneuriales. Dans les études menées en Amérique du nord on dénote les instruments développés par Kuratko, Hornsby et Naffziger (1997) qui compte 15 énoncés, et par Robichaud, McGraw et Roger (2001) dont l'instrument comprend 18 énoncés. Suite à une analyse factorielle, ces deux études ont identifié les quatre facteurs suivants: motivations extrinsèques, motivation intrinsèques, famille et indépendance et autonomie. Des études effectuées par la suite (Benzing, Chu et Kara, 2009; Robichaud, Cachon et Haq, 2010) ont obtenu les mêmes regroupements que ceux identifiés dans les études de Kuratko, Hornsby et Naffziger (1997) et de Robichaud, McGraw et Roger (2001).

1.3.1 Motivations des entrepreneurs mexicains

Il existe peu d'études empiriques sur les motivations entrepreneuriales repertoriées au Mexique ou ailleurs en Amérique Latine. Samaniego (1998) a fait une distinction entre le travailleur autonome (entrepreneur établi à son compte) et les entrepreneurs employant d'autres personnes. L'auteur a trouvé des différences de motivations entre les deux catégories. En ce qui a trait aux individus ayant créé une entreprise comprenant des employés, 40% d'entre eux mentionnent une rémunération insuffisante comme leur motivation principale, 25% indiquent la fermeture de l'entreprise qui les employait ou un contrat arrivé à terme comme la deuxième motivation en importance. Viennent ensuite des considérations reliées à une plus grande flexibilité dans un poste de commandement, des heures de travail plus courtes, la proximité avec le lieu de résidence, etc. En revanche, 33% de ceux qui se sont lancés en affaires à leur propre compte, c'est-à-dire sans employés, mentionnent la cessation involontaire d'emploi comme le motif principal de leur décision. Viennent ensuite par ordre d'importance le salaire insuffisant et la quête de flexibilité.

Les résultats obtenus dans l'étude de Samaniego (1998) sont assez cohérents avec ceux de l'étude de Radojevich-Kelley (2014), dans laquelle 64% des entrepreneurs mexicains ayant participé à l'étude ont affirmé que l'indépendance financière constitue leur principale motivation à se lancer en affaires. Réaliser leur rêve et l'indépendance personnelle sont mentionnés par respectivement 18,7% et 17,2% des répondants. Plus de 57,5% d'entre eux considèrent que la principale récompense de l'entrepreneur est la prospérité financière, qui entraîne un revenu plus élevé, la possibilité de soutenir leur famille et de jouir d'une certaine liberté financière et économique. Viennent en deuxième rang (33.6%), l'indépendance et l'autonomie qui se traduisent par la latitude de fixer leurs heures de travail et le fait de ne pas avoir un patron pour leur dicter quoi faire.

Ce désir d'être son propre patron a aussi été identifié comme un facteur de motivation d'une grande importance dans l'étude de Kantis *et al.* (2002). En effet, 80,5% des entrepreneurs mexicains interrogés déclaraient avoir été motivés par un désir d'indépendance et d'autonomie.

1.3.2 Motivations des entrepreneurs marocains

Biygautane (2015) a souligné le fait que plusieurs pays de la région du Golfe Arabo-Persique font face au double défi de créer de l'emploi pour la jeunesse tout en développant des activités économiques en dehors de la production pétrolière. Selon Le Cabellec (2017), la croissance économique du Maroc à long terme va dépendre en partie de la capacité du pays à développer un tissu de PME capables d'appuyer l'industrialisation naissante.

Par ailleurs, la croyance générale veut que dans les pays en développement, les individus qui s'engagent dans l'entrepreneuriat y sont contraints par la nécessité d'accroître ou de stabiliser leurs revenus et leurs activités professionnelles. Benzing et Chu, (2009) ont signalé des comportements dans ce sens au Nigéria, au Ghana, et au Kenya. Bewayo (1995) rapporte qu'en Ouganda, les entrepreneurs indiquaient que «gagner leur vie» ou «gagner de l'argent» serait le facteur de motivation le plus important pour leur entreprise, avec 61% des répondants qui préféreraient avoir leur propre entreprise plutôt que d'être salariés, en raison de la possibilité d'être autonomes, ainsi que de la liberté et de l'indépendance qui en résultent.

Par ailleurs, la région MENA accuse les taux de chômage des jeunes les plus élevés au monde avec environ le tiers des jeunes sans emploi. Les jeunes de la région s'intéressent donc davantage

à la création de leur propre entreprise qu'à l'emploi. En fait, l'enquête Millennials in Middle East^v de février 2014, a révélé que : a) la stabilité financière et l'indépendance sont la priorité absolue pour 78% des participants à l'enquête dans la région MENA; b) 66% d'entre eux veulent apprendre et explorer de nouvelles choses, et 57% souhaitent consacrer plus de temps à leur famille.

Au Maroc, Gray, Foster et Howard (2006) ont interviewé 201 entrepreneurs provenant principalement de Casablanca et issus d'un large éventail d'industries. Il ressort de cette étude que les deux tiers de ces entrepreneurs ont été attirés (pull factors) vers l'entrepreneurship tandis que le tiers restant semble y avoir été contraint (push factors) par diverses circonstances. Ce constat est attribuable autant à des facteurs psychologiques qu'à des facteurs situationnels. En ce qui a trait aux traits personnels, les entrepreneurs marocains ont un désir élevé d'accomplissement qui résulterait de leur forte inclination à résoudre des problèmes, à atteindre les objectifs qu'ils se sont fixés y compris de supplanter leurs concurrents. Ces entrepreneurs sont également motivés par un besoin élevé d'indépendance, d'où le désir exprimé d'être leurs propres patrons et aussi de créer une vie meilleure pour eux-mêmes et pour les membres de leurs familles à la faveur de leur indépendance financière. Toutefois, à l'exception de quelques jeunes, ces entrepreneurs sont réticents aux changements et sont donc peu enclins à innover. Bon nombre des répondants poursuivent les activités familiales ou se sont engagés dans des industries existantes avec une offre de produits ou de services indifférenciés.

En ce qui concerne les facteurs situationnels, plusieurs caractéristiques de l'environnement économique tendent à motiver les Marocains à devenir entrepreneurs, notamment le besoin d'améliorer le revenu par habitant, la nécessité de créer des emplois, l'encouragement du commerce extérieur et la concurrence accrue pour les emplois existants. La majorité des répondants ont été attirés vers l'entrepreneurship par des éléments positifs dans l'environnement, comme celui d'avoir de nouvelles idées ou de repérer des opportunités sur la base de leurs expériences passées. Autrement dit, ces entrepreneurs ont exploité une opportunité d'affaires perçue et y ont investi tous leurs efforts afin de créer une nouvelle entreprise. Lancer une entreprise reconnue par la société, bâtir sa propre dynastie et contribuer au développement de l'économie nationale figurent au nombre des motivations évoquées.

En revanche, ceux qui ont été contraints d’embrasser une carrière entrepreneuriale étaient soit insatisfaits de leur expérience de travail antérieure, soit désireux d’essayer autre chose ou encore voulaient prouver à la société qu’ils pouvaient accomplir des choses par eux-mêmes. Les résultats de l’étude de Gray, Foster et Howard (2006) ont été corroborés par une étude plus récente de Yatribi et Balhadj (2016) portant sur des ingénieurs marocains, selon laquelle l’insatisfaction au travail est le principal motif de départs volontaires pour s’établir à son compte. Cette insatisfaction résulte surtout d’une sous-utilisation des compétences provoquant chez les ingénieurs un sentiment de dévalorisation et de manque d’estime et, d’autre part, de problèmes associés à un environnement managérial autocratique qui étouffe toute velléité de participation à la prise de décision, d’innovation ou d’optimisation des méthodes et processus de travail. Cette insatisfaction est exacerbée par d’autres habitudes jugées d’un autre âge, comme le favoritisme, l’irrespect des personnes, le plafonnement de carrière et jusqu’à l’excuse de la religion comme justification du refus du changement. L’étude de Yatribi & Balhadj (2016) a mis en lumière sept facteurs de motivation incitant à l’entrepreneuriat dont le plus important est la quête d’autonomie mue par le désir d’indépendance. Cette quête d’autonomie poursuit plusieurs finalités. Pour certains il s’agit de pouvoir mettre en œuvre leurs propres méthodes de travail, alors que pour d’autres cela revient à obtenir plus de flexibilité dans leurs horaires, ainsi que le besoin de valorisation des compétences et le besoin d’accomplissement de soi.

La présence d’entrepreneurs dans l’entourage de l’individu fournit des modèles de référence de nature situationnelle qui incite les marocains à démarrer une entreprise, ainsi que l’a montré l’étude de Gray, Foster et Howard (2006) où plus de la moitié des personnes interrogées provenaient de familles où l’un des parents jouait le rôle de modèle en tant que travailleur indépendant. D’autres répondants ont suivi l’exemple d’autres membres de leur famille ou d’amis, alors que moins de 30% des répondants ont déclaré n’avoir eu aucun modèle. La personne ainsi identifiée comme modèle de rôle insufflé à l’entrepreneur potentiel l’aspiration à suivre le même choix de carrière et va lui servir de mentor lors du démarrage et par la suite. Beaucoup d’entrepreneurs reconnaissent que certains de leurs amis et collègues avaient réussi à créer leur propre entreprise et que le fait de fréquenter ces personnes les a motivés à suivre la même voie (Yatribi et Balhadj, 2016).

2. Méthodologie

2.1 Définition d'une PME

Les recherches démontrent qu'il n'y a pas de définition universelle d'une petite et moyenne entreprise (PME). Dans notre étude, nous avons retenu la définition de la PME adoptée par l'Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE), qui définit une PME comme une entreprise de moins de 250 employés.

2.2 Échantillonnage et collecte des données

Les données utilisées pour le Mexique et le Maroc proviennent des chambres de commerce. A Fès, nous avons administré les questionnaires auprès de propriétaires d'entreprises presque homogènes en termes de taille⁶, mais ces entreprises sont très variées du point de vue de l'activité⁷. Les questionnaires ont été pris en charge par les étudiants stagiaires en fin du cycle du Master à l'École Nationale de Commerce et de Gestion de Fès (ENCG-Fès), répartis en spécialités distinctes : - comptabilité et gestion financière ; - audit et contrôle de gestion ; - Marketing et action commerciale ; - commerce international. Chaque étudiant en stage de 3 à 6 mois s'est engagé à administrer face-à-face avec le propriétaire et les gestionnaires de son entité d'accueil, un, deux ou trois questionnaires. Certains questionnaires ont été dédoublés sinon triplés dans l'entreprise où il y avait autant de propriétaires. Cent-dix (110) étudiants ont été sollicités en les motivant par une petite récompense dans leur évaluation (de 1 à 2 points en plus). Nous avons exigé le cachet de la société (sur le questionnaire une fois finalisé) afin d'assurer l'authenticité, la conformité et l'assurance des données soumises par les répondants.

2.2.1 Mexique : Guadalajara et Monterrey et leur région

Au Mexique, l'inscription à la Chambre de Commerce locale de toute entreprise légalement constituée est une obligation. De plus, les autorités ont également choisi d'estimer le poids relatif de l'économie informelle de chaque état et de l'ensemble du Mexique. L'économie informelle a été définie par l'Organisation Internationale du Travail sous forme d'emploi informel par Hussmanns (2004), concept appliqué et mesuré au Mexique par Negrete (2008) comme

⁶Dont plus de 98 % sont des PME implantées dans la région Fès –Meknès.

⁷Tous secteurs confondus.

représentant l'ensemble des activités économiques informelles non criminelles. Ces dernières sont déterminées sous deux groupes de catégories : le type d'unité économique (ménages employant des travailleurs domestiques, agriculture de subsistance, secteur informel non agricole, secteur sans but lucratif, firmes formellement établies) et le statut de l'emploi (employeurs, travailleurs indépendants, employés informels ou formels).

La sélection de Guadalajara (état de Jalisco) et de Monterrey (état de Nuevo León) pour cette étude est liée à l'importance des PME dans la deuxième et la troisième ville du Mexique en termes de population. Monterrey et sa région comptait 4,1 millions d'habitants selon le recensement de 2010, ce qui représentait 80% de la population de l'état de Nuevo León. Selon STPS (2016 et 2017), la population active était de 2,45 millions au troisième trimestre de 2017, contre 2,3 millions en 2015, pour 63,7% de taux d'activité (61,2% en 2015). Le taux de chômage est passé de 4,9% en 2015 à 4% en 2017.

Au Nuevo León, cet état est l'une des locomotives économiques du Mexique, les 156 000 PME emploient 76% de la population active. Avec seulement 4% de la population totale, le Nuevo León produisait respectivement 7,1% et 7,5% du PIB du Mexique en 2010 et en 2014 (INEGI, 2014 et 2016) et 11% de la production manufacturière (INEGI, 2016b). L'état génère 11% des exportations et reçoit 10% des investissements directs du Mexique (en provenance des États-Unis, d'Europe et d'Asie) tout en créant 9% de l'emploi formel. Les exportations de produits manufacturés sont passées de 17,3 à 31,5 milliards d'USD de 2009 à 2014 (INEGI 2016), alors que le revenu annuel par tête du Nuevo León est presque le double de la moyenne nationale (Nuevo León 2013).

Au troisième trimestre 2017, l'économie informelle du Nuevo León représentait 36% du total, ce qui correspond au taux le plus bas du Mexique avec celui de l'état de Chihuahua; dans l'état de Jalisco, le taux était de 49,9% en 2017 (STPS-INEGI, 2017), comparativement à une moyenne nationale de 57,2% d'activité informelle. Au premier trimestre de 2015, la croissance économique du Nuevo León était de 6,2% pour les douze derniers mois.

Guadalajara est une agglomération de plusieurs municipalités formant la deuxième ville du Mexique en importance, avec plus de 5 millions d'habitants en novembre 2017 (IIEG, 2017) et un taux d'activité de 57,9 % lors du recensement de 2010. Souvent associée au folklore des mariachis et de la production de tequila, Guadalajara est aussi connue comme étant la Silicon

Valley Mexicaine (Webber, 2015). La région de Guadalajara constitue la troisième région industrielle du Mexique (après Mexico et Monterrey) et produit 37% du PIB de l'état de Jalisco, avec une assise économique centrée sur la distribution en gros et au détail. L'espérance moyenne de vie d'une firme était de 7,5 ans dans l'état de Jalisco et de 6,9 ans dans le Nuevo León en 2015 (INEGI 2016c).

C'est 1,2 milliards d'USD représentant 5,4% des investissements directs du Mexique qui ont été dépensés dans l'état de Jalisco en 2014 (Mundo Ejecutivo, 2015). Cet état compte le taux le plus élevé de travailleurs indépendants du Mexique, avec 11 firmes officiellement déclarées pour mille habitants, comparé à dix dans la ville de Mexico et six au Nuevo León (Informador, 2015). Il y avait plus de 90,000 firmes à Guadalajara en 2014 (INEGI 2014b), la plupart des PME. Pineda (2014) a souligné l'importance de l'entrepreneuriat féminin à Guadalajara, notamment dans le commerce de détail et la détermination de la municipalité à les appuyer financièrement.

2.2.2 Maroc – Fès et sa région

Selon le HCP (2016), la région Fès-Meknès comptait plus de 4,2 millions d'habitants en 2014. Saad Alami (2016) rapporte que 61% des firmes de la région étaient implantées à Fès et que les industries de la région représentaient 6% de la production nationale et 2,4% des exportations. L'agro-alimentaire, le textile et le cuir représentaient 60% de la production régionale.

Avec une population d'un peu plus de 1,1 million d'habitants, la ville de Fès est la seconde ville du Maroc en importance, située à 180 km à l'est de Rabat, la capitale, entre le massif du Rif et les montagnes du Moyen Atlas. Fès abrite la plus ancienne université au monde (Université Al Quaraouiyine), fondée au IX^{ème} siècle. Fès a toujours été considérée comme la capitale culturelle et spirituelle du royaume du Maroc et demeure une destination culturelle par excellence. Elle compte deux autres Universités (Université Sidi Mohammed Ben Abdellah et Université Euro-Méditerranéenne) avec 180 filières, 123 centres de recherche et laboratoires et un institut national de plantes médicinales et aromatiques.

Sur le plan économique, Fès fonde maintenant de grands espoirs sur le tourisme. Le secteur de l'hôtellerie a connu ces dernières années une croissance substantielle. Fès est très connue pour son très riche artisanat (transmis de père en fils depuis des générations). Étant située dans la riche plaine de Saïs, Fès a une importante industrie agroalimentaire. Depuis 2016, la création de Fès

Shore, un parc dédié aux activités de services informatiques et de traitements de données en s'appuyant sur un vivier de talents du numérique très riche, vise à créer de nombreux emplois dans l'économie du savoir en attirant des firmes spécialisés dans l'offshoring. La région de Fès comptait 25 centres d'appel en 2016 (Saad Alami, 2016).

2.3 Mesure des variables

La collecte des informations sur les motivations s'est faite au moyen d'un questionnaire. Les instruments de mesure qui ont servi à établir les objectifs des entrepreneurs s'inspirent des instruments de mesure développés et validés par Robichaud, McGraw et Roger (2001) et Robichaud (2011). Plus précisément, les instruments de mesure retenus ont été développés suite à une revue de la littérature qui a permis d'identifier les motivations qui sont le plus souvent invoquées dans les recherches sur le sujet. Les motivations ainsi répertoriées ont ensuite été validées auprès de 28 entrepreneurs francophones (14 femmes et 14 hommes) propriétaires d'entreprises de différentes tailles au moyen d'entretiens qualitatifs. L'instrument de mesure des motivations entrepreneuriales comprend 18 énoncés, mesurés sur des échelles de type Likert allant de 1 = aucune importance à 5 = une très grande importance.

2.4 Traitement et analyse des données

Le traitement statistique des données a été effectué à l'aide du logiciel SPSS via les analyses et les tests statistiques suivants: test non paramétrique de Mann-Whitney; test de la différence des moyennes (test en t); analyse des composantes principales, communément appelée analyse factorielle (avec rotation orthogonale en mode varimax); analyse statistique univariée (statistiques descriptives, moyenne et écart-type).

3. Résultats

3.1 Profil des répondants

Nous avons procédé à une analyse descriptive des données (tableau 1) pour dégager les principales caractéristiques des entrepreneurs et des entreprises de l'échantillon selon le pays. La répartition de l'âge selon le pays est différente dans la catégorie de 20 à 29 ans où l'on trouve plus de jeunes entrepreneurs au Mexique alors qu'il y a plus d'entrepreneurs âgés venant du

Maroc dans les catégories des 30 à 49 ans et 50 ans et plus. C'est donc dire que les entrepreneurs mexicains sont en moyenne plus jeunes que les entrepreneurs marocains. Le niveau de scolarité des entrepreneurs marocains est plus élevé que celui des entrepreneurs mexicains (84% des marocains ont un diplôme collégial ou plus en comparaison avec 76% dans le cas des mexicains). Les marocains ont plus d'années d'expérience en gestion que les mexicains (50% des marocains ont six ans et plus d'expérience contre 33% des mexicains) mais on trouve le même niveau d'expérience dans le secteur d'activité.

L'analyse descriptive des données révèle également que les hommes des deux pays travaillent sensiblement le même nombre d'heures par semaine (50% des mexicains travaillent plus de 41 heures par semaine en comparaison à 57% dans le cas des marocains) et que les marocains sont plus souvent mariés ou vivent avec un conjoint que leurs homologues mexicains (86% pour les marocains contre 72% pour les mexicains). Dans les deux cas, ils ont majoritairement créé leur entreprise (85% contre 80%) et ont démarré leur entreprise pour des raisons de nécessité (50% chez les mexicains contre 56% pour les marocains). La contribution des conjoints au revenu familial est plus élevée au Mexique. En effet, 53% des conjoints des entrepreneurs mexicains ont contribué au revenu familial tandis que cette proportion n'est que de 38% dans le cas des répondants marocains. Finalement, le conjoint est impliqué dans l'entreprise dans une proportion de 36% au Mexique contre seulement 14% au Maroc.

Dans le cas des entreprises de l'échantillon, le tableau 1 révèle une évaluation subjective du succès de l'entreprise assez similaire dans les deux pays (par exemple, 50% des répondants mexicains décrivent leur entreprise comme étant très rentable contre 58% dans le cas des répondants marocains). Les entreprises appartenant aux entrepreneurs mexicains sont plus jeunes (36% des entreprises mexicaines ont moins de 5 ans contre 26% pour les entreprises marocaines), et moins endettées (46% d'entre eux perçoivent leur niveau d'endettement comme étant peu ou pas important contre 28% dans le cas des entrepreneurs marocains). Finalement, la répartition des entreprises selon le secteur d'activité diffère peu selon le pays avec 48% des entrepreneurs mexicains opérant dans le secteur des services comparativement à 46% pour les marocains. Le même constat s'applique également au nombre de propriétaires où une forte proportion des entreprises ne compte qu'un seul propriétaire (45% pour les entreprises mexicaines contre 42%

pour les firmes marocaines) ainsi qu'au nombre d'employés (71% des entreprises mexicaines ont 10 employés et moins en comparaison à 70% dans le cas des entreprises marocaines).

Tableau 1 : Profil des répondants selon le pays (Maroc : n=222, Mexique : n=192)

Caractéristiques personnelles			Caractéristiques organisationnelles		
	Mexique %	Maroc %		Mexique %	Maroc %
Âge de l'entrepreneur***			Succès de l'entreprise		
Entre 20 et 29 ans	21	5	Non/peu rentable	7	1
Entre 30 et 49 ans	49	57	Moyennement rentable	43	41
Entre 50 et +	30	38	Très rentable	50	58
Niveau de scolarité*			Nombre d'employés		
Secondaire	24	16	1 à 5 employés	57	48
Collège ou universitaire	76	84	6 à 10 employés	14	22
			11 employés et plus	29	30
Marié ou vie avec conjoint***	72	86	Secteur d'activité		
Conjoint impliqué dans l'entreprise***	36	14	Commerce de détail	41	36
Démarré l'entreprise par nécessité	50	56	Service	48	46
			Fabrication	11	18
Années d'expérience dans le domaine			Création de l'entreprise*		
Aucune expérience	22	16	Créé		
1 à 5 ans	40	45	Acheté	85	80
6 à 10 ans	18	24	Hérité et franchise	12	5
11 ans et +	20	15		3	15
Années d'expérience en gestion***			Âge de l'entreprise*		
			1 à 5 ans	36	26

Aucune expérience	25	13	6 à 10 ans	25	28
1 à 5 ans	42	37	11 à 20 ans	26	23
6 à 10 ans	19	30	21 ans et +	13	23
11 ans et +	14	20			
Contribution du conjoint au revenu familial*			Nombre de propriétaires /partenaires		
Aucun support			1	45	42
1% - 25%	47	62	2	37	29
26% - 60%	29	17	3 et plus	18	29
61% - 100%	23	20			
	1	1			
Nombre d'heures de travail par semaine			Niveau d'endettement*		
0 - 20 heures	24	7	Peu ou pas important	46	28
21 - 40 heures	26	36	Moyennement important	27	46
41 - 55 heures	24	44	Très ou extrêmement important	27	26
56 heures et plus	26	13			

*: $p < 0,05$; **: $p < 0,01$; ***: $p < 0,001$ (tests en t sur les variables continues et test non paramétrique de Mann-Whitney sur les variables discrètes)

3.2 Résultats des analyses

Les tableaux 2 et 3 présentent la distribution des résultats en pourcentages et les scores obtenus par pays et totaux pour chacune des 18 variables de l'échelle des motivations. L'énoncé figurant au premier rang pour l'ensemble des répondants est « augmenter les profits et les ventes de mon entreprise » avec un score moyen total (colonne de droite du tableau 3) de 4,21 et 83% des répondants qui le considèrent soit « très important » ou « extrêmement important ». L'énoncé de deuxième rang est « créer mon propre emploi », avec un score moyen de 4,07 et 77% des répondants qui le considèrent soit « très important » ou « extrêmement important ». Les énoncés « maximiser la croissance de mon entreprise » et « être mon propre patron » arrivent ex aequo au

troisième rang avec un score moyen de 4,06 et un taux d'importance de 77% et de 73% respectivement chez les répondants suivi des énoncés « bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement » (score moyen de 4,03 et un taux d'importance de 78%), et « augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise » (score moyen de 3,98 et un taux d'importance de 73%). Les choix de nature extrinsèque semblent avoir été les choix les plus importants de la part des répondants puisque que cinq des six premiers choix sont des choix à caractère économique.

À l'opposé, les deux choix les moins favorisés par les répondants des deux pays sont, dans l'ordre : « me faire connaître dans la communauté » et « procurer des emplois à mes enfants » avec des moyennes de 3,23 et 3,25. Seulement 43% des répondants, dans le cas de l'énoncé « me faire connaître dans la communauté », et 42%, dans le cas de l'énoncé « procurer des emplois à mes enfants », les considèrent comme étant soit « très important » ou « « extrêmement important ».

Tableau 2: Importance attribuée aux motivations par les répondants

Variables	Une très grande importance (%)	Une grande importance (%)	Une certaine importance (%)	Peu d'importance (%)	Aucune Importance (%)
Pouvoir décider ce que je veux faire	35	35	21	6	3
Bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement	35	43	16	5	2
Bâtir un fonds de pension pour mes vieux jours	22	36	25	11	6
Maximiser la croissance de mon entreprise	40	37	16	5	2
Relever un défi	24	31	28	15	2

Prouver que je peux réussir ce que j'entreprends	26	38	22	10	4
Créer mon propre emploi	40	37	14	6	3
Augmenter les profits et les ventes de mon entreprise	44	39	13	3	1
Être mon propre patron	43	30	19	6	2
Augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise	37	36	19	5	3
Me faire connaître dans la communauté	15	28	30	18	9
Procurer des emplois à mes enfants	18	24	31	20	7
Aider à mon développement personnel	33	37	23	5	2
Obtenir une sécurité personnelle en me garantissant un emploi	33	40	18	6	3
Bâtir quelque chose pouvant bénéficier à mes enfants	26	35	21	14	4
Maintenir un sentiment de liberté de d'indépendance	35	36	19	7	3
Être plus près de mes enfants	26	31	25	13	5
Faire un travail que j'aime faire	23	30	19	15	13

Tableau 3 : Motivations des entrepreneurs de l'échantillon selon le pays et selon l'échantillon total

Variables de motivation	Mexique N=192 Rg	Maroc N=222 Rg	Écart	Échantillon total
Relever un défi***	3,90 10	3,33 17	0,57	3,60
Aider à mon développement personnel***	4,23 02	3,69 14	0,54	3,94
Augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise***	4,27 01	3,73 12	0,54	3,98
Être plus près de mes enfants*	3,74 12	3,49 16	0,25	3,61
Pouvoir décider ce que je veux faire	4,02 07	3,85 08	0,18	3,93
Obtenir une sécurité personnelle en me garantissant un emploi	4,02 08	3,88 07	0,14	3,94
Maximiser la croissance de mon entreprise	4,09 04	4,03 05	0,06	4,06
Prouver que je peux réussir ce que j'entreprends	3,72 13	3,69 13	0,03	3,70
Créer mon propre emploi	4,09 05	4,06 04	0,03	4,07
Augmenter les profits et les ventes de mon entreprise	4,20 03	4,21 01	-0,01	4,21
Être mon propre patron	4,03 06	4,09 03	-0,06	4,06
Procurer des emplois à mes enfants	3,20 16	3,30 18	-0,10	3,25
Maintenir un sentiment de liberté de d'indépendance	3,87 11	4,02 06	-0,15	3,95
Bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement	3,94 09	4,11 02	-0,17	4,03
Bâtir quelque chose pouvant bénéficier à mes enfants**	3,45 14	3,80 10	-0,35	3,64
Bâtir un fonds de pension pour mes vieux jours***	3,37 15	3,77 11	-0,40	3,59
Me faire connaître dans la communauté***	2,92 17	3,50 15	-0,58	3,23

Faire un travail que j'aime faire***	2,77	18	3,84	09	-1,07	3,34
--------------------------------------	------	----	------	----	-------	------

*: $p < 0,05$; **: $p < 0,01$; *** $p < 0,001$ (test de moyenne)

Afin de préciser davantage l'orientation des motivations des entrepreneurs, le tableau 3 présente les résultats d'une analyse menée sur l'ensemble des énoncés afin de déterminer les différences selon le pays. Voici les principales observations qui se dégagent de ce tableau :

- Les résultats du Mexique et du Maroc se ressemblent beaucoup dans la mesure où quatre énoncés parmi les six premiers choix sont les mêmes bien qu'ils n'arrivent pas dans le même ordre : « augmenter les profits et les ventes de mon entreprise », « être mon propre patron », « créer mon propre emploi », et « maximiser la croissance de mon entreprise ». Les seules différences relevées dans les six premiers choix ont été « maintenir un sentiment de liberté de d'indépendance » et « bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement » sélectionnés aux troisième et sixième rangs respectivement par les entrepreneurs du Maroc, et « augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise » et « aider à mon développement personnel » choisis aux deux premiers rangs par les entrepreneurs du Mexique. Notons que quatre des six premiers objectifs retenus par les entrepreneurs des deux pays sont de type extrinsèque de même que le premier choix pour chacun d'eux : « augmenter les profits et les ventes de mon entreprise » dans le cas du Maroc et « augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise » dans le cas du Mexique.

- Les choix les moins importants pour l'ensemble des répondants ont été « procurer des emplois à mes enfants » et « me faire connaître dans la communauté ». En examinant les résultats selon le pays, l'énoncé « procurer des emplois à mes enfants » a obtenu le score le plus bas au Maroc (3,30) alors qu'au Mexique c'est l'énoncé « faire un travail que j'aime faire » qui a réalisé le plus faible score (2,77). Relevons aussi qu'au Maroc, l'énoncé « relever un défi » obtient un score de 3,33, donc statistiquement au même niveau que le score le plus faible.

- Une analyse comparative entre les scores des deux pays menée sur chacun des énoncés a révélé des points intéressants. Par exemple, on observe que les entrepreneurs mexicains ont davantage favorisé les énoncés suivants (résultat statistiquement significatif à 0,001): « relever un défi », « aider à mon développement personnel » et « augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise ». En revanche, les entrepreneurs marocains ont privilégiés les énoncés

suivants (résultat statistiquement significatif à 0,001): « bâtir quelque chose pouvant bénéficier à mes enfants », « bâtir un fonds de pension pour mes vieux jours », « me faire connaître dans la communauté », « faire un travail que j'aime faire ».

Une analyse factorielle (analyse factorielle en composantes principales et rotation orthogonale en mode varimax) des motivations des répondants a été effectuée afin de déterminer quels facteurs motivationnels ressortiraient dans les deux pays étudiés. Le critère de rétention des facteurs est celui de Kaiser (valeur propre $>$ ou $=$ à 1). Nous avons retenu les énoncés dont les communautés (aussi appelé qualité de représentation) entre les variables et le poids factoriel étaient égal ou supérieur à 0,50. L'application de ces critères a entraîné l'élimination de l'énoncé « me faire connaître dans la communauté ». Les principales observations émergeant du tableau 4 sont:

- L'analyse factorielle a résulté en cinq facteurs de motivation: les objectifs liés à la sécurité d'emploi (trois énoncés), les objectifs extrinsèques (cinq énoncés), les objectifs intrinsèques (trois énoncés), les objectifs liés à la famille (trois énoncés) et les objectifs liés au besoin d'indépendance (trois énoncés).
- le pourcentage de la variance expliquée est de 60,84 soit un résultat similaire à ceux de Robichaud, McGraw et Roger (2001) qui était de 59,60 et de Kuratko *et al.* (1997) qui était de 60,0.
- la consistance interne des quatre échelles calculées par l'alpha de Cronbach varie de 0,67 à 0,74 ce qui indique une bonne consistance interne en tenant compte du nombre d'énoncés. À ce sujet, Nunnally et Bernstein (1994) mentionnent que pour un instrument composé de petites échelles de trois à quatre énoncés, un coefficient alpha de 0,70 et plus est jugé satisfaisant et indique que les échelles semblent mesurer le même construit.

L'utilisation de l'analyse des composantes principales permet de réduire un ensemble de variables à quelques dimensions plus générales, permettant ainsi d'avoir une image globale des facteurs au lieu d'une considération individuelle. Ainsi, les valeurs propres obtenues pour chaque facteur indiquent l'importance de chacun des facteurs dans l'explication de la variance associée à ces variables. Par exemple, dans notre étude, c'est le facteur « sécurité d'emploi » qui explique en grande partie la variance totale obtenue (13,63%), suivi du facteur « motivations extrinsèques » avec 13,36% et des facteurs « motivations intrinsèques », « famille » et « indépendance » avec 11,99%, 11,92 et 9,94% respectivement. Il est important de bien comprendre que les résultats

obtenus dans l'analyse factorielle ne permettent pas de déterminer les facteurs qui sont les plus importants aux yeux des répondants. Par exemple, bien que le facteur « famille » arrive au quatrième rang dans le pourcentage de la variance expliquée dans l'analyse factorielle avec 11,92% (tableau 4), le tableau 5 montre qu'il arrive au dernier rang dans l'importance attribuée aux facteurs par les répondants de l'échantillon avec une moyenne cumulative de 3,50. Dans notre cas, c'est le facteur « sécurité d'emploi » qui s'est avéré le facteur le plus important chez les répondants avec une moyenne cumulative de 4,02 suivi du facteur « motivations extrinsèques » avec une moyenne de 3,98 et des facteurs « motivations intrinsèques » (3,75), « indépendance » (3,74) et du facteur « famille » (3,50).

La comparaison des moyennes cumulatives des cinq échelles de facteurs de motivation selon le pays (tableau 5) révèle des scores presque identiques relativement aux facteurs « sécurité d'emploi » (4,04 contre 3,96), « motivations extrinsèques » (3,97 contre 3,98) et « famille » (3,47 contre 3,53). Les deux facteurs « sécurité d'emploi » et « motivations extrinsèques » se sont avérés être les choix les plus importants chez les répondants des deux pays tandis que le facteur « famille » arrive au dernier rang dans les deux cas. En revanche, les entrepreneurs du Mexique accordent une plus grande importance au facteur « motivations intrinsèques » que les entrepreneurs du Maroc (moyenne de 3,95 pour les mexicains en comparaison à 3,56 pour les marocains), tandis que ces derniers privilégient davantage le facteur « indépendance » (moyenne de 3,93 en comparaison à 3,32 en faveur des mexicains). Ces deux derniers résultats sont statistiquement significatifs à 0,001.

Tableau 4 : Facteurs de motivations obtenus suite à l'analyse factorielle

Énoncés	Facteurs				
	Sécurité d'emploi	Motivations extrinsèques	Motivations intrinsèques	Famille	Indépendance et autonomie
Être mon propre patron	0,760				
Créer mon propre emploi	0,693				
Obtenir une sécurité personnelle en me					

garantissant un emploi	0,503				
Maximiser la croissance de mon entreprise		0,692			
Augmenter les profits et les ventes de mon entreprise		0,676			
Bâtir un fonds de pension pour mes vieux jours		0,665			
Bâtir une entreprise qui me permet de vivre confortablement		0,622			
Augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise		0,504			
Relever un défi			0,834		
Prouver que je peux réussir ce que j'entreprends			0,747		
Aider à mon développement personnel			0,544		
Procurer des emplois à mes enfants				0,813	
Bâtir quelque chose pouvant bénéficier à mes enfants				0,715	
Être plus près de mes enfants				0,603	
Faire un travail que j'aime faire					0,715
Maintenir un sentiment de					

liberté et d'indépendance					0,590
Pouvoir décider ce que je veux faire					0,428
Valeur propre	2,318	2,271	2,039	2,027	1,690
Pourcentage de variance expliquée	13,63	13,36	11,99	11,92	9,942
Consistance interne (alpha de Cronbach)	,68	,74	,66	,67	,60

Tableau 5: Moyenne cumulative des facteurs de motivations selon le pays

Facteurs	Moyenne Mexique	Ecart-type	Moyenne Maroc	Ecart-type	Moyenne échantillon
Sécurité d'emploi	4,04	,81159	3,96	,66668	4,02
Motivations extrinsèques	3,97	,75233	3,98	,62904	3,98
Motivations Intrinsèques***	3,95	,78078	3,56	,76069	3,75
Indépendance***	3,32	1,02674	3,93	,81922	3,74
Famille	3,47	,90851	3,53	,86641	3,50

***: $p < 0,001$

Le calcul de la moyenne de chacune des échelles a été obtenu en faisant la moyenne de l'ensemble des énoncés constituant chaque facteur. Par exemple, le score obtenu pour l'échelle « motivations extrinsèques » représente la moyenne des réponses obtenues sur les cinq énoncés composant ce facteur (voir tableau 4).

4. Discussion et Conclusion

Cette étude visait à identifier les motivations entrepreneuriales chez deux échantillons d'entrepreneurs du Mexique et du Maroc, à déterminer s'il existait des différences entre les

motivations entrepreneuriales entre les deux pays et à établir si l'analyse factorielle donnerait lieu aux mêmes regroupements que ceux obtenus lors des études précédentes.

Premièrement, nos résultats révèlent qu'il y a plus de similarités que de différences dans le profil des deux échantillons. Nous avons observé des différences statistiquement significatives pour les variables suivantes: âge de l'entrepreneur, niveau de scolarité, participation du conjoint dans l'entreprise, nombre d'années d'expérience en gestion, contribution du conjoint au revenu familial et niveau d'endettement. Comparativement aux Mexicains, les entrepreneurs marocains de l'échantillon sont plus âgés, ils ont un niveau de scolarité plus élevé, ils possèdent plus d'années d'expérience en gestion, ils sont plus endettés et ont moins d'appui financier et d'aide de la part de leur conjointe que leurs homologues mexicains. En revanche, nous n'avons constaté aucune différence statistiquement significative parmi les autres variables de l'étude : mode de création, succès de l'entreprise, secteur d'activité, nombre d'employés, nombre d'heures travaillées, nombre de propriétaires, expérience dans le domaine, démarrage de l'entreprise par nécessité.

Deuxièmement, l'analyse des résultats révèle que les entrepreneurs du Mexique et du Maroc sont dans l'ensemble surtout motivés par des objectifs extrinsèques, leurs trois premiers choix étant: « augmenter les profits et les ventes de mon entreprise », « créer mon propre emploi » et « maximiser la croissance de mon entreprise ». Le premier objectif intrinsèque sélectionné soit « être mon propre patron » arrive à égalité au troisième rang avec l'objectif « maximiser la croissance de mon entreprise ». En examinant plus en détails l'orientation des motivations des hommes entrepreneurs selon le pays d'origine, on remarque des résultats similaires dans la mesure où quatre des six premiers objectifs choisis par les entrepreneurs des deux pays sont de type extrinsèque, de même que le premier choix pour chacun d'entre eux qui est « augmenter les profits et les ventes de mon entreprise » dans le cas du Maroc et « augmenter les sommes d'argent que je tire de mon entreprise » dans le cas du Mexique. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que plus de la moitié des entrepreneurs de l'échantillon (50% dans le cas du Mexique et 56% dans le cas du Maroc) ont démarré leur entreprise pour des raisons de nécessité.

Par ailleurs, les résultats définitifs de l'analyse factorielle suggèrent un regroupement différent des quatre facteurs obtenus dans les études de Robichaud, McGraw et Roger (2001), Kuratko *et al.* (1997) et Robichaud, Cachon et Haq (2010) soit motivations extrinsèques, motivation

intrinsèques, famille et indépendance et autonomie. En effet, un cinquième facteur s'est ajouté à ces quatre facteurs soit le facteur « sécurité » qui comprend les trois énoncés suivants : « être mon propre patron », « créer mon propre emploi » et « obtenir une sécurité personnelle en me garantissant un emploi ». Dans les études mentionnées ci-dessus, ces énoncés étaient classifiés dans le facteur « indépendance et autonomie ». Le facteur « sécurité » obtenu dans cette étude est davantage lié à la sécurité d'emploi de l'entrepreneur plutôt que la sécurité que procure l'entreprise à plus long terme (par exemple, pour la retraite). Ce facteur lié à la sécurité d'emploi semble être très important aux yeux des entrepreneurs mexicains et marocains puisqu'il arrive au premier rang pour le Mexique et au second rang pour le Maroc lorsqu'on calcule la moyenne cumulative de l'importance des facteurs.

La comparaison des moyennes cumulatives des cinq échelles de facteurs de motivations selon le pays permet de constater qu'il y a très peu de différences entre les trois premiers choix. En effet, dans le cas du Mexique, les facteurs « sécurité d'emploi », « motivations extrinsèques » et « motivations intrinsèques » sont presque à égalité avec une différence de 0,09 entre le premier choix et le troisième choix (moyenne de 4,04 contre 3,95). Dans le cas du Maroc, la différence entre les trois premiers choix « sécurité d'emploi », « motivations extrinsèques » et « indépendance » n'est que de 0,05 (3,98 et 3,93). Le même constat s'applique aussi en comparant les résultats obtenus entre les deux pays sur les facteurs « sécurité d'emploi », « motivations extrinsèques » et « famille ». C'est donc dire que les entrepreneurs des deux pays accordent la même importance à ces trois facteurs.

Bien que les résultats des moyennes cumulatives des facteurs de motivation montrent que les hommes entrepreneurs du Mexique et du Maroc ont privilégié comme premiers choix les facteurs à caractère économique, il est intéressant de constater d'une part, que les entrepreneurs mexicains considèrent les motivations intrinsèques comme étant tout aussi importantes que les facteurs économiques « sécurité d'emploi » et « motivations extrinsèques » et d'autre part, plus importantes que les entrepreneurs marocains qui ont privilégié plutôt le facteur « indépendance ». En effet, la différence obtenue entre les deux pays aux niveaux des facteurs « motivations intrinsèques » et « indépendance » est significative à 0,001. Ce résultat tend à démontrer que la poursuite d'objectifs intrinsèques par les entrepreneurs mexicains de notre échantillon est aussi importante pour eux que les autres types d'objectifs et nettement plus importante que pour les

entrepreneurs marocains. Afin d'approfondir davantage ce résultat, nous avons effectué un test statistique supplémentaire (test de moyennes) entre le facteur « motivations intrinsèques » et la taille de l'entreprise (5 employés et moins contre 6 employés et plus). Ce test a révélé que plus la taille des entreprises mexicaines est élevée plus les propriétaires de ces entreprises poursuivent des objectifs intrinsèques (moyenne de 3,87 contre 4,12, $p = 0,05$). La même analyse effectuée auprès des entrepreneurs marocains n'a rien révélé de significatif (moyenne de 3,59 contre 3,48). En conclusion, les résultats de cette étude montrent que les entrepreneurs du Mexique et du Maroc ont surtout des points communs avec leurs homologues situés au Kenya, au Ghana et au Nigéria ainsi qu'au Vénézuela, en Roumanie et en Turquie où les motivations extrinsèques (y compris les objectifs liés à la sécurité d'emploi) sont prédominantes. Nos résultats confirment les recherches précédentes sur les motivations entrepreneuriales dans les pays émergents, où les entrepreneurs sont surtout motivés par des objectifs économiques ; à l'opposé, les entrepreneurs en provenance de pays où les conditions économiques sont plus favorables comme c'est le cas aux États-Unis et au Canada accorderaient plus d'importance aux motivations intrinsèques (Benzing *et al.* 2009; Benzing et Chu, 2009). Cependant, il faut souligner que les entrepreneurs mexicains qui proviennent de deux villes mexicaines favorisées économiquement sont aussi fortement motivés par la réalisation d'objectifs intrinsèques, alors que les entrepreneurs marocains ne le sont pas, ayant préféré plutôt les objectifs liés à l'indépendance.

En terme d'implications managériales, le fait de savoir que les motivations des entrepreneurs mexicains et marocains sont surtout axées vers des résultats extrinsèques devrait aider les gouvernements locaux de Monterrey et de Guadalajara au Mexique et de Fès au Maroc à mettre en place des politiques afin de mieux venir en aide aux entrepreneurs actuels et potentiels.

La présente recherche présente certaines limites sur deux plans : 1) du point de vue du choix des variables retenues (questionnaire utilisé) et 2) sur le choix des régions étudiées. Dans ce dernier cas, les échantillons proviennent exclusivement de milieux urbains, ce qui prévient toute généralisation des résultats à l'ensemble des populations (problème de validité externe). Pour ce qui est des recherches à venir, il serait intéressant de connaître les barrières auxquelles font face les entrepreneurs dans la phase de démarrage et dans la gestion courante de leur entreprise, ainsi que les facteurs de succès qu'ils perçoivent comme étant importants dans la réussite de leur firme. Une meilleure compréhension de ces facteurs permettrait de présenter des informations

importantes pour les différentes instances gouvernementales chargées de développer des programmes mieux adaptés aux besoins des entrepreneurs.

Références bibliographiques :

Allen, H.C. (1967). Les États-Unis – Histoire – Politique – Économie. Verviers, Belgique: Marabout Université. 2 vol.

Aronoff, C.E. and Ward, J.L., 1995. « Family owned businesses: A thing of the past or a model for the future? ». *Family Business Review*, 8(2), p. 121–130.

Aspaas, H.R., 2004. «Minority women's microenterprises in rural area of the United States of America : African American, Hispanic American and Native American case studies». *GeoJournal*, 61(3), p. 281–289.

Banque africaine de développement/Centre de développement de l'OCDE, 2009. *Perspectives économique en Afrique*.

Banque africaine de développement/Centre de développement de l'OCDE, 2015. *Perspectives économique en Afrique*.

Benzing, C., and Chu. H.M., 2009. « A Comparison of the Motivations of Small Business Owners in Africa ». *Journal of Small Business and Enterprise Development* 16(1), p. 60-77.

Benzing, C., H.M. Chu, and Kara O., 2009. «Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems». *Journal of Small Business Management*, 47(1), p. 58-91.

Bewayo, E., 1995. « Uganda entrepreneurs: why are they in business? ». *Journal of Small Business Strategy*, 6, p. 67-78.

Biygautane, M., 2015. *Institutional Characteristics of the Gulf Cooperation Council States on Entrepreneurship: Opportunities and Challenges* in H. R. Kaufmann et al. (eds.), *Entrepreneurial Challenges in the 21st Century*. MacMillan, 222-234.

Blawatt, K., 1995. « Defining the entrepreneur a conceptual model of entrepreneurship », *CCSBE-CCPME Proceedings*, p. 13-37.

Bosma, N., Jones, K., Autio, E. and Levie, J., 2007. *Global Entrepreneurship Monitor*.

Buresi, P., (2008) *L'Empire almohade, le Maghreb et al-Andalus (1130-1269)*, dans F. Hurlet (éd.), *Les Empires. Antiquité et Moyen Âge. Analyse comparée*, Rennes, PUR, 2008, p. 221-237

Cachon, J.-C., Barragan Codina, J.M., Eccius-Wellmann, C., McGraw, E., and D. A. Myers., 2013. « Entrepreneurial Motives and Performance: Evidence from North America », *Journal of Management Policy and Practice*, 14(5), p. 50-77.

Carsrud, A. and Brannback, M., 2011., « Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? » *Journal of Small Business Management*, 49(1), p. 9-26.

Chedli, M.K.E. (2016). « Entrepreneurial Motivation and Performance of Enterprises », *Economics, Management and Financial Markets*, 11(1), p. 175–188.

CIA World Factbook consulté le 22 mars 2016. <https://www.cia.gov/library/publications/the-worldfactbook/rankorder/2001rank.html?countryname=Mexico&countrycode=mx®ionCode=noa&rank=12#mx>

Cohen, M.D., and Bacdayan, P., 1994. « Organizational routines are stored as procedural memory: evidence from a laboratory study », *Organ Sci* 5, p. 554–568.

Cromie, S., 2000. « Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence » *Eur J Work Organ Psychol* 9, 7–30

EY., 2013. The Power of Three: The EY G20 Entrepreneurship Barometer 2013: Mexico.

Fairlie, R.W. and Meyer, B.D., 1991. « Ethnic and racial self-employment differences and possible explanations ». *The Journal of Human Resources*, 31(4), p. 757–793

Fairlie, RW., 1996. *Ethnic and Racial Entrepreneurship: A Study of Historical and Contemporary Differences*. New York: Garland Publishing.

Feldman, H.D., Koberg, C.S. and Dean, T.J., 1991. « Minority small business owners and their paths to ownership ». *Journal of Small Business Management*, 29(44), p. 12–27

GEM., 2016. Rapport National Global Entrepreneurship Monitor, *La dynamique entrepreneuriale au Maroc 2016* Résumé, par EL OUAZZANI, K. http://www.gemconsortium.org/download/1297054878906/GEM_2007_Executive_Report.pdf

GIH: Global Investment House (2008). Private equity in the MENA region. Retrieved from <http://www.startuparabia.com/2008/11/report-private-equity-in-the-mena-region-october-2008>.

Gray, R.K., Foster, H. and Howard, M., 2006, « Motivation of Moroccans to be entrepreneurs », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(4), p. 297-318.

Haut-Commissariat au Plan (HCP), Direction Régionale Fès-Meknès. 2016. Annuaire Statistique Régional Fès-Meknès. 165 p. Consulté le 7 décembre 2017. <https://www.hcp.ma/region-fes/attachment/825784/>

Herron, L. and Robinson, R.B., 1993. « A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance », *Journal of Business Venturing*, 8(3), p. 281-294.

Husmanns, R. 2004: Defining and measuring informal employment. International Labour Office, Geneva. 21 p. Consulté le 23 novembre 2017. <https://pdfs.semanticscholar.org/14ba/9f7951a6ef3be56b2fdf39953ecf5989f085.pdf>

IIEG (Informacion Estadística y Geografica del Estado de Jalisco). (2017). Poblacion del Area Metropolitana Guadalajara 1990 – 2017. <http://iieg.gob.mx/strategos/alcanza-area-metropolitana-de-guadalajara-los-5-millones-de-habitantes/area-metropolitana-guadalajara-poblacion-2017-p-2/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2009). *Censos Económicos*. México: INEGI.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2011). Censos Económicos 2009: micro, pequeña, mediana y gran empresa, estratificación de establecimientos. México. D. F.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (INEGI, 2014) Minimonografía Nuevo León 2014 – Censos Economicos. Consulté le 27 novembre 2017. http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/doc/minimonografias/mnl_ce2014.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (INEGI, 2014b) Minimonografía Los Municipios mas importantes de Mexico 2014 – Censos Economicos. Consulté le 22 novembre 2017. http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/doc/minimonografias/m_dmmip_ce2014.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía.(INEGI, 2016). Anuario estadístico y geográfico de Nuevo León 2016. 646 p. Consulté le 21 novembre 2017. http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anuarios_2016/702825083656.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía.(INEGI, 2016b) Estructura Economica de Nuevo León en Sintesis 2016. Consulté le 26 novembre 2017.
http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825090029.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía.(INEGI, 2016c). Demografia de los negocios de las zonas metropolis. Esperanza de vida al nacimiento de los negocios en los principales municipios. Consulté le 25 novembre 2017.

http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/experimentales/demog_zm/doc/evnm_zmet.pdf

Informador, E., 2015. Jalisco, la región con más empresas *El Informador*. Consulté le 20 novembre 2017 from: <http://www.informador.com.mx/jalisco/2010/182075/6/jalisco-la-region-con-mas-empresas.htm>

Kantis, H., Ishida, M., and Komori, M., 2002. *Entrepreneurship in emerging economies: the creation and development of new firms in Latin America and East Asia: summary report*. Inter-American Development Bank.

Kelley, D., Singer, S. and Herrington. M., 2015/16. GEM Global Report.

Kuratko, D.F., Hornsby, J.S. and Naffziger, D.W. 1997. « An Examination of Owner's Goals in Sustaining Entrepreneuriat », *Journal of Small Business Management* 35(1), p. 24-33.

Langan-Fox, J and Roth, S., 1995. « Achievement motivation and female entrepreneurs », *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 68, p. 200–218.

Le Cabellec, O., 2017 Maroc – Les nombreux défis d'un pays en mutation. *Perspectives*. No 17/044 14 février 2017. Credit Agricole. Consulté le 30 novembre 2017.
<file:///F:/Recherche/Le%20Cabellec%202017%20Maroc%20D%C3%A9fis%20d'un%20pays%20en%20mutation.pdf>

Lévi-Provençal, É. (éd., trad. et introd.), 1928. Documents inédits d'histoire almohade. Fragments manuscrits du legajo 1919 du fonds arabe de l'Escorial, Paris: Geuthner.

Light, I., 1979. « Disadvantaged minorities in self-employment ». *International Journal of Comparative Sociology*, 20(1–2), p. 31–45.

MENAPEA: MENA Private Equity Association, 2015. 10th Annual MENA Private Equity and Venture Capital Report.

http://menapea.com/2015AnnualReport/10th_MENAPEA_AnnualReport_2015_Rev15.pdf.

Méndez, M.J.S., 1998. « El neoliberalismo en México ¿éxito o fracaso? » *Rev. Contaduría y Administración*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). 191, p. 56-65.

México, Gobierno Federal (2016). Pymes es la bon fundamental para el crecimiento en Mexico. *Promexico*. Obtained on February 8, 2016 from Negocios Internacionales: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

Morris, M.H., Miyasaki, N.N., Watters, C.E. and Coombes, S.M., 2006. « The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs », *Journal of Small Business Management*, 44(2), p. 221-244.

Mundo Ejecutivo (2015). Jalisco, el estado que nunca pierde. Consulté le 24 novembre 2017 from: <http://mundoejecutivo.com.mx/economia-negocios/2015/06/17/jalisco-estado-que-nunca-pierde> June 14, 2015.

Naffziger, D.W., Hornsby, J.S. and Kuratko, D.F. (1994). « A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation », *Entrepreneurial Theory and Practice*, Fall, p. 29-41.

Negrete, R., 2008. Measuring Informal Employment in Mexico. Working Paper. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*. 13 p. Consulté le 27 novembre 2017. http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/Negrete_Informal.Employment.Mexico.pdf

North, C., 2012. Mexico's First Government-Sponsored Seed Fund Debuts. *Emprende* August 1, 2012. Consulté le 28 novembre 2017.

<http://www.pvangel.com/news-mexico/2252/mexicos-first-government-sponsored-seed-fund-debuts>

Nuevo León, State of 2013. *Perfil Económico de México y Nuevo León*. Consulté le 24 novembre 2017 from <http://sg.nl.gob.mx/DataNL/files%5CDNL00000800.pdf>

Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory*. Third Edition. New York: McGraw-Hill.

Pineda, A., 2014. *El Empresario*. Consulté le 26 novembre 2017 sur Mujeres, las que más aprovechan créditos en Guadalajara: <http://elempleado.mx/actualidad/mujeres-que-mas-aprovechan-creditos-guadalajara> 21 mai 2014.

Porter, M., Sachs, J., and McArthur, J. (2002). *Executive summary: Competitiveness and stages of economic development*. In M. Porter, J. Sachs, P. K. Cornelius, J. W. McArthur, & K. Schwab (Eds.), *The global competitiveness report*. New York: Oxford University Press.

Radojevich-Kelley, N., 2014. « Mexican Small Business Owners and Entrepreneurs: Who are They, What Motivates Them and What Challenges Do They Face? » *The Journal of Business Leadership*, p. 194-216.

Robichaud, Y., 2011. *Les facteurs explicatifs de la performance des petites entreprises*, Saarbrücken, Allemagne: Editions universitaires européennes, 193 p.

Robichaud, Y., Cachon, J.-C. and Haq, R., 2010. « Motives, Success Factors, and Barriers Among Canadian Female Entrepreneurs: The Case of Greater Sudbury », *Entrepreneurial Practice Review*, 1(2), p. 36-64.

Robichaud, Y., McGraw, E. and Roger, A., 2001. « Toward the Development of a Measuring Instrument for Entrepreneurial Motivation ». *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6(2), 189-201.

Saad Alami, Y. (2016). Les nouvelles orientations de Fès-Meknès. *L'Économiste*. No 4861. Consulté le 7 décembre 2017. <http://www.leconomiste.com/article/1002677-les-nouvelles-orientations-de-fes-meknes>

Samaniego, N., 1998. Urban Self-Employment in Mexico: Recent Trends and Policies, document présenté à la Conférence internationale sur l'emploi indépendant OCDE/FCRE/RCIT' Burlington, Ontario, Canada, septembre 1998.

Sánchez, R.M., Salazar, A.L., Ricardo Contreras Soto, R.C., 2014. . El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 24(NE-1), 59-72. doi: 10.15174/au.2014.701. STPS, Laboral, S. d. (2016). *Secretaría del Trabajo y Previsión Social*. Consulté le 22 novembre 2017 //www.stps.gob.mx/bp/secciones/conoce/areas_atencion/areas_atencion/web/pdf/perfiles/perfil%20nacional.pdf

STPS *Secretaría del Trabajo y Previsión Social* -INEGI. (2017) Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. *Información Laboral*, Noviembre 2017. Consulté le 27 novembre 2017. <http://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/pdf/perfiles/perfil%20nuevo%20leon.pdf>

Villareal, M.A. (2017). Mexico's Free Trade Agreements, Congressional Research Service. 17 p.
Consulté le 28 novembre 2017. <https://fas.org/sgp/crs/row/R40784.pdf>

Webber, J (2015). Guadalajara: Mexico's Second City is a Latin American Silicon Valley. *Financial Times*, June 16, 2015. Consulté le 23 novembre 2017. <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/ec7461a8-ffb3-11e4-bc30-00144feabdc0.html#axzz3zRrPEz7m>

World Economic Forum (2016). The Global Competitiveness Report.

World Economic Forum (2017). The Africa Competitiveness Report.

World Bank (2016). Nouvelles/ Communiqués de presse en date du 2016/10/17.
<http://www.worldbank.org/en/news/press-release/2016/10/17/european-investment-bank-and-world-bank-group-partner-to-support-entrepreneurs-in-mena>

World Bank, 2017. Igniting Climate Entrepreneurship in Morocco: Findings from the Climate Entrepreneurship and Innovation Ecosystem Diagnostic.

Yatribi, T., et Alhadj, S., 2016. « L'entrepreneuriat comme orientation de carrière : Le cas des ingénieurs marocains ». *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 15(2), p. 339-351.

Zimmerman, M.A., et Chu, H.M., 2013. « Motivation, Success, and Problems of Entrepreneurs in Venezuela », *Journal of Management Policy and Practice*, 14(2), p. 76-90.

ⁱ Mexico's First Government-Sponsored Seed Fund Debuts," PV Angels website, pvangels.com

ⁱⁱ ¿Qué es INADEM?" Instituto Nacional Del Emprendedor website, inadem.gob.mx

ⁱⁱⁱ Entrepreneurship in Mexico, New Venturist website, newventurist.com

^{iv} Entrepreneurship in the MENA Survey. https://img0bm.b8cdn.com/images/uploads/article_docs/bayt-entrepreneurship-survey-2015_27262_EN.pdf

^v The Bayt.com. Millennials in the Middle East and North Africa Survey.

https://img0bm.b8cdn.com/images/uploads/article_docs/millennials-survey-report_19564_EN.pdf