



**UNIVERSITE DE CORSE-PASCAL PAOLI**  
**ECOLE DOCTORALE ENVIRONNEMENT ET SOCIETE**  
**Institut d'Administration des Entreprises**

**Thèse présentée pour l'obtention du grade de  
DOCTEUR EN SCIENCES DE GESTION**

**Soutenue publiquement par**

**Raja CHERIF**

le 10 décembre 2011

---

***Etudes des comportements des femmes entrepreneurs vis-à-vis de  
la création et du management de leurs entreprises : processus de  
construction et de négociation d'identités. Cas de la Tunisie***

---

**Directeur :**

M. Jean-Marie PERETTI, Professeur, Université de Corse

**Rapporteurs :**

M. Michel JORAS, Professeur, ESCE Paris

M. Eric VATTEVILLE, Professeur Emérite, Université de Rouen

**Jury :**

Mme Nicole BARTHE, Professeure, Université de Nice-Sophia-Antipolis

M. Michel JORAS, Professeur, ESCE Paris

M. Eric VATTEVILLE, Professeur Emérite, Université de Rouen

M. Jean-Marie PERETTI, Professeur, Université de Corse

M. Michel CASTELLANI, Professeur, Université de Corse

M. Soufyane FRIMOUSSE, Mcf, Université de Corse

## RESUME

La pertinence de faire une étude sur les femmes entrepreneurs tient à l'ampleur de l'entrepreneuriat féminin. Cette recherche est une contribution à la compréhension du comportement des femmes entrepreneurs vis-à-vis de la création et du management de leurs entreprises, en particulier dans le contexte tunisien. L'entrée massive des femmes entrepreneurs dans le monde des affaires soulève la question de leur insertion dans le milieu des affaires. Quels sont les comportements des femmes entrepreneurs vis-à-vis de la création et du management de leurs entreprises ? Ont-elles des comportements spécifiques pour s'insérer dans le milieu des affaires ? Une revue de la littérature montre que la majorité de la recherche pose la problématique de l'entrepreneuriat féminin en termes de différences ou de similitudes entre les hommes et les femmes entrepreneurs et leurs entreprises. Dans cette perspective comparative, il existe deux approches des comportements des femmes entrepreneurs : l'approche féminine pour laquelle les femmes abordent les affaires de façon différente de leurs homologues masculins et l'approche entrepreneuriale qui repose sur l'esprit d'initiative économique et qui considère que les entrepreneurs des deux sexes ont la même perception et les mêmes comportements en affaires. Des entretiens qualitatifs conduits à titre exploratoire auprès de 18 femmes entrepreneurs en Tunisie laissent entrevoir que leurs comportements ne sont ni typiquement masculins, ni typiquement féminins. Ces comportements sont plutôt hybrides. Ces résultats conduisent à s'interroger sur l'intérêt de la perspective comparative qui recherche des différences spécifiques entre les hommes et les femmes entrepreneurs, d'autant plus que la revue de la littérature sur l'entrepreneuriat féminin laisse place à un regard critique sur cette perspective comparative : les études empiriques produisent des conclusions différenciées voire contradictoires. C'est dans le but de clarifier le débat qui tourne autour du rapport du sexe et du comportement des femmes entrepreneurs que ce travail propose une étude compréhensive de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie. L'analyse des résultats d'entretiens qualitatifs réalisés en profondeur auprès de 18 femmes entrepreneurs montre la diversité de l'entrepreneuriat féminin en Tunisie. Cette analyse lève le voile sur la nature hybride des comportements des femmes entrepreneurs vis-à-vis de la création et du management de leurs entreprises et montre que leur insertion dans le milieu des affaires passe par des processus de construction et de négociation d'identités.

**MOTS-CLÉS** : Entrepreneuriat Féminin, Femmes Entrepreneurs en Tunisie, Comportements vis-à vis du Management et de la Création d'Entreprises, Construction d'Identité, Insertion dans le Milieu des Affaires.

## **ABSTRACT**

The relevance of a study on women entrepreneurs is the extent of female entrepreneurship. This research is a contribution to understanding the behavior of women entrepreneurs about management and business creation, in particular in the Tunisian context. The massive entry of women entrepreneurs in the business world raises the question of their integration into the business. A review of the literature shows that the majority of research raises the issue of female entrepreneurship in terms of differences or similarities between men and women entrepreneurs and their businesses. In this comparative perspective, there are two approaches to behavior of women entrepreneurs: a feminist approach for which the women approach the business differently from their male counterparts and an entrepreneurial approach that considers that the entrepreneurs of both sexes have the same perception and the same behavior in business. In an exploratory study, qualitative interviews conducted with 18 women entrepreneurs in Tunisia suggest that their behaviors are not typically male, nor typically female but they are rather hybrids. These results raise questions about the interest of the comparative perspective that looks for specific differences between men and women entrepreneurs, especially since the review of the literature on female entrepreneurship leaves place to a critical look on this comparative perspective with empirical studies that produce differentiated or even contradictory conclusions. The objective of this research is to clarify the debate that turns around the relationship of the sex and the behavior of women entrepreneurs. It proposes a comprehensive study of female entrepreneurship in Tunisia. Analysis of the results of qualitative interviews achieved in depth by 18 women entrepreneurs shows the diversity of women's entrepreneurship in Tunisia, unveils the hybrid nature of the behavior of women entrepreneurs about management and business creation and finds that their integration in the business community is through processes of construction and negotiation of their entrepreneur's identity.

**KEYWORDS** : Women Entrepreneurship, Women Entrepreneurs in Tunisia, Behavior about Management and Business Creation, Construction of Identity, Integration in the Business.