

République Islamique De Mauritanie

Ministère des Affaires Economiques et du Développement

Centre Mauritanien d'Analyse de Politiques

----- CMAP -----

**TDR : Etude sur l'entrepreneuriat des
jeunes et des femmes en Mauritanie**

Nouakchott, Mars 2014.

I. Contexte

La problématique de l'emploi et notamment celle des jeunes et des femmes, prend une dimension particulière en raison de son caractère structurel et singulier pouvant remettre en cause le pacte et les équilibres sociaux des pays de l'Afrique de l'Ouest et du Maghreb.

Dans ce contexte, l'entrepreneuriat est de plus en plus accepté comme un moyen important de créer des emplois et comme une stratégie pertinente pour améliorer les conditions de vie et l'indépendance économique des jeunes et des femmes. C'est une nouvelle approche pour intégrer les jeunes et les femmes dans les marchés du travail actuels, en perpétuelle évolution. En effet, accroître l'employabilité des jeunes et des femmes et promouvoir chez eux le sens du travail indépendant et de la création d'entreprises seraient des stratégies susceptibles d'offrir à ces jeunes femmes et hommes de nouvelles possibilités d'emploi.

En particulier, l'insertion économique des jeunes et des femmes a connu des évolutions notables au cours des dernières décennies en Mauritanie. De manière générale, les autorités ont mis la promotion des femmes au cœur de leurs préoccupations. Ainsi, la création en 1992 d'un secrétariat d'Etat à la condition féminine traduit cette volonté de réduire la marginalisation économique des femmes. Dans le même sillage, l'adoption d'une stratégie nationale de promotion féminine et la place de plus en plus faite aux femmes ont permis à celles-ci de s'affirmer. Ainsi, les quotas octroyés aux femmes dans le parlement et dans les conseils municipaux, l'émergence d'organisations dédiées à la défense des intérêts des femmes, comme l'Union Mauritanienne des Femmes Entrepreneurs et Commerçantes (UMAFEC) et la construction d'un centre commercial exclusivement détenu par des femmes sont les preuves que désormais l'insertion économiques des femmes s'imprime durablement dans le présent et l'avenir du pays.

En Mauritanie, les femmes entrepreneures sont surtout présentes dans le secteur informel exerçant dans des activités génératrices de revenus. Dans le secteur formel leur présence est relativement limitée malgré le dynamisme de certaines d'entre elles. La massification du chômage qui frappe d'abord les jeunes et les femmes exige de ces dernières des capacités entrepreneuriales pour sortir du cercle vicieux de la pauvreté.

Selon les résultats de l'Enquête récente sur l'emploi et le secteur informel réalisée par l'ONS en 2012, le taux d'insertion globale des diplômés de la formation technique et professionnelle est de 61,5%. Par sexe, le taux d'insertion des hommes reste plus élevé chez les hommes (63,8%) que chez les femmes (31,1%).

Selon le milieu de résidence, l'insertion des diplômés technique ou professionnel sont plus en milieu urbain (65,1%) qu'en milieu rural (27,7%). Ils sont généralement des ouvriers qualifiés salariés employés par le secteur public ou dans des activités du secteur privés (artisanat). Par rapport à la situation dans l'emploi, les diplômés de la formation technique ou professionnelle sont généralement occupés par des emplois permanents.

Dans cette optique, Il s'avère nécessaire de mener des investigations approfondies afin d'appréhender la réalité entrepreneuriale des jeunes et des femmes et ensuite émettre des propositions qui peuvent constituer le socle d'une stratégie nationale de promotion de l'entrepreneuriat féminin.

C'est pour cela que le CMAP se propose d'effectuer une réactualisation de l'étude sur l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes afin de combler un déficit analytique dans ce domaine.

II. Objectifs de l'étude

II. 1. Objectif global

L'étude, basée sur une enquête auprès des jeunes entrepreneurs et des femmes entrepreneures, consiste à analyser la réalité et les conditions de l'entrepreneuriat jeune et/ou féminin en Mauritanie afin de concevoir et mettre en œuvre une politique efficace de promotion de l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes.

II. 2. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques se déclinent comme suit :

- Procéder à une réflexion globale sur les conditions entrepreneuriales des femmes et des jeunes ;
- Rencontrer des jeunes et femmes entrepreneur(e)s, des organisations représentatives des femmes entrepreneures et les institutions publiques et faitières intervenantes dans le paysage entrepreneurial des jeunes et des femmes ;
- Procéder et superviser l'enquête auprès entrepreneurs formels au sein des jeunes et des femmes ;
- Interpréter les résultats de l'enquête (les motivations, circonstances de création d'entreprise, financement/rerelations avec les institutions de financement, contraintes rencontrées, doléances des entrepreneures et

propositions concrètes de promotion de l'entrepreneuriat féminin).et en faire une synthèse ;

- En tenant compte des résultats de l'enquête, faire une analyse approfondie des conditions économiques des jeunes et des femmes entrepreneurs ;
- Comparer les conditions entrepreneuriales des jeunes et des femmes en Mauritanie avec celles de pays similaires ;
- Faire des recommandations pertinentes afin de promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes .

III. Orientations méthodologiques

III. 1. Démarches globales

L'enquête qui constitue le socle de l'étude s'effectuera selon les étapes et les objectifs suivants :

- 1) Définir l'approche méthodologique de l'enquête (étendue de l'enquête, périodicité de l'enquête, fixation de la taille de l'échantillon, tirage de l'échantillon, localisation des entreprises à enquêter,...) ;
- 2) Elaboration du questionnaire ;
- 3) Elaboration d'un manuel servant de guide pour le remplissage du questionnaire ;
- 4) Evaluation de la durée de l'enquête et le chronogramme des actions à entreprendre ;
- 5) Détermination de l'équipe de l'enquête et sa formation ;
- 6) Détermination des méthodes de collecte des données les plus appropriés et les avantages et inconvénients dans le contexte mauritanien ;
- 7) Détermination des méthodes adéquates de saisie et d'analyse des données ;
- 8) Animation des groupes de travail avec les partenaires concernés par l'enquête ;
- 9) Saisie et analyse des données et informations issues de l'enquête.
- 10) Analyse des résultats de l'enquête et propositions d'actions dans le cadre d'une stratégie nationale de promotion de l'entrepreneuriat féminin

III. 2. Echantillonnage et thématiques

- L'échantillonnage

L'échantillonnage doit se faire selon les normes communément admises dans les sondages auprès des entreprises. Le choix doit être fondé sur une base de sondage mise à jour entrepreneurs parmi les jeunes et les femmes agissant de manière formelle exerçant régulièrement leur activité, situées géographiquement et ayant une comptabilité.

- Thématiques du questionnaire

Pour aboutir à des résultats reflétant la compétitivité des entreprises et le climat des affaires en Mauritanie, le questionnaire doit comporter les thématiques suivantes :

- Le profil et caractéristiques des femmes entrepreneures
- Les caractéristiques de l'entreprise
- Les motivations des femmes à entrer en affaires
- La croissance et la performance des entreprises dirigées par des femmes
- La perception de l'accès au financement
- La perception des entreprises de leurs contraintes
- Les doléances des femmes entrepreneures

IV. Résultats attendus

Parmi les résultats escomptés, on peut citer :

- Une enquête effectuée auprès un échantillon femmes entrepreneures est menée ;
- Une analyse détaillée des données issues de l'enquête est effectuée ;
- la compréhension des conditions entrepreneuriales des jeunes et des femmes en Mauritanie est améliorée;
- des propositions concrètes de promotion de l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes sont formulées.

V. Profil du consultant

Le consultant doit avoir le profil d'un statisticien et/ou d'un économiste ou d'un gestionnaire, titulaire d'un diplôme de troisième cycle, doté d'une expérience probante d'au moins quinze (15) ans dans :

- l'analyse et l'étude de l'entrepreneuriat ;
- la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes.

VI. Durée de la consultation

La durée de la prestation est de 30 jours ouvrables (soit six semaines). Le consultant effectuera cette prestation sous l'autorité de l'Expert « Emploi des jeunes et entrepreneuriat ». Le consultant doit accomplir ses tâches conformément au calendrier indicatif suivant :

1. Près 5 jours après le début de la prestation, le consultant proposera au CMAP, une note méthodologique dans laquelle seront précisés les

démarches et les supports qui serviront à la réalisation de la présente étude ;

2. Une dizaine de jours sera nécessaire à l'organisation, au dépouillement et à l'analyse des enquêtes ;
3. Deux semaines après, le consultant remettra au CMAP un rapport provisoire ;
4. Le consultant disposera ensuite d'une semaine pour intégrer les observations et remarques du CMAP ;
5. Après validation des observations, le Rapport définitif sera livré sous formats électronique et papier en deux exemplaires ;
6. Le consultant participera au focus group de validation de l'étude.