

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES



MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de

Master en sciences économiques

Option : Monnaie Banque et Environnement International

THEME :

**L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN ALGERIE :
MOTIVATIONS ET CONTRAINTES
CAS DE LA REGION D'AKBOU**

Réalisé par :

LOUHAB Samia
TIGHILT Sabrina

Dirigé par :

M. AKERKAR Arezki

Soutenu le 23 Juin 2016

Devant le Jury suivant :

M. NAIT CHABANE Abdellatif, Président
M. REDOUANE Abdellah, examinateur
M. AKERKAR Arezki, promoteur

L

Année universitaire : 2015-2016

REMERCIEMENTS

Dieu merci pour la santé, la volonté, le courage et la détermination qui nous ont accompagné tout au long de la préparation de ce mémoire de fin de cycle et qui nous ont permis d'achever ce modeste travail.

Nous tenons à exprimer nos vifs remerciements, notre sincère gratitude et reconnaissance :

A notre promoteur et enseignant Mr AKERKAR Arezki pour son suivi, ses conseils, sa disponibilité et son accompagnement durant la réalisation de ce modeste travail, avec beaucoup de patience et de pédagogie.

A toute les femmes entrepreneures qui ont collaboré et adhéré à notre enquête et qui ont répondu favorablement à nos sollicitations.

Nous remercions, enfin, nos chers parents et tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

MERCI

DEDICACES

A mes très chers parents, ma chère sœur Lydia et mon cher frère Achour.

A la mémoire de ma grande mère yemma BAYA.

A ma très chère amie Saby et à toute sa famille.

A toute ma famille, mes amis (es) et à tous ceux et toutes celles qui me sont cher.

SAMIA

Je dédie ce modeste travail à mes très chers parents.

A mes très chers frères Mohand, Ouali, Yahia.

A ma sœur Samia et ma petite nièce adorée malak.

A toute ma famille.

A ma chère amie et binôme Mamou et toute sa famille.

A tous mes amis (e).

SABRINA

LA LISTE DES ABREVIATIONS

AFEM : Association Des Femmes Chefs d'Entreprise du Maroc.
A.G.I : Autorisations Globales d'Importations.
ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit.
ANSEJ : Agence National pour le Soutien et l'Emploi de Jeunes.
ANEM : Agence National de L'Emploi.
APCE : Agence Pour la Création D'entreprise.
BM : Banque Mondiale.
BTP : Bâtiments et Travaux Public.
CAP : Croissance forte, Autonomie, peu de Pérennité.
CNI : Commission National des Investissements.
CNAC : Caisse National d'Assurance Chômage.
CNRC : Chambre National de Registre Commerce.
CRASC : Centre De Recherche En Anthropologie Sociale Et Culturelle.
CWBR: Centre Women Bisness Research. .
DA : Dinars Algérien.
EURL : L'entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée.
FE : Femme Entrepreneur.
FMI : Fond Monétaire International.
GEM: Global Entrepreneurship Monitor.
HSBC: Hong Kong Shanghai Banking Corporation.
INSEE:Institut National de la Statistique et des Études Économique
OCDE :Organisation de Coopération et de Développement Économique.
ONS :Office National Des Statistiques.
PIC : Pérennité, Indépendance, Croissance.
PME : Petite et Moyenne Entreprise.
PMI : Petite et Moyenne Industrie.
PNR : prêt non rémunéré.
SARL : La Société à Responsabilité Limitée.
SPA : Société Par Action.
SPSS: Statistical Package For The Social Sciences.
TPE : Très Petite Entreprise.
TVA : La Taxe Sur La Valeur Ajoutée.
UE : Union Européenne.
USD: United States Dollars.
VAP: Validation des Acquis Professionnels.

SOMMAIRE

Introduction Générale.....	1
CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ: CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL.....	5
Section 01 : L'entrepreneuriat : cadre théorique et conceptuel	5
Section 02 : femme entrepreneure : cadre général	15
CHAPITRE II : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LE CONTEXTE ALGERIEN	32
Section 01 : La PME/TPE : entité fondamentale du phénomène entrepreneurial	32
Section 02 L'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	39
CHAPITRE III : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'AKBOU.....	49
Section 01 :L'entrepreneuriat féminin en chiffres dans la wilaya de Bejaia.....	49
Section 02 : cadre méthodologique de la recherche et présentation de l'enquête	58
Section 03 : Présentation des résultats de l'enquête	61
Bibliographie.....	89
Liste des tableaux et figures	
Annexes	

Introduction générale

1. Contexte, intérêt et justification de l'étude

Il est parfaitement admis aujourd'hui que l'entrepreneuriat est un vecteur fondamental de l'économie. Il est considéré comme un catalyseur important de la croissance et du développement économique et social dans de nombreux pays. L'activité entrepreneuriale est considérée comme un outil de motivation des jeunes entrepreneurs qu'ils soient hommes ou femmes et un vecteur de la création de richesse, d'emploi et l'innovation.

L'activité entrepreneuriale, domaine autrefois réservé aux seuls hommes, a connu des mutations spectaculaires à partir de la fin des années 1980 dont l'une des mutations spectaculaires est la montée des *femmes entrepreneures*. Les femmes entrepreneures sont reconnues aujourd'hui comme une force économique indéniable sur le plan international, même si la place qui leur est réservés dans la société varie d'un pays à un autre. Plus souvent, ces femmes rencontrent plusieurs contraintes économiques, juridiques et socioculturelles qui les entravent de se lancer dans la carrière entrepreneuriale.

L'implication de la femme dans le développement économique est donc devenue une nécessité car l'importance de cette dernière en tant qu'agent de développement ressort clairement par leur capacité à créer et à offrir de l'emploi pour elle-même mais aussi pour d'autres. De nombreuses études ont été consacrées à la problématique des femmes entrepreneures. Ces études sont axées particulièrement sur les motivations des femmes entrepreneures, leurs caractéristiques personnelles, leurs relations avec l'environnement, les modes de gestion de leurs entreprises et les difficultés qu'elles rencontrent.

2. La femme entrepreneure dans le contexte algérien

L'Algérie ne déroge pas la réalité décrite ci-dessus. Durant ces dernières années, la place de la femme dans l'économie nationale a connu une évolution considérable. En effet, la femme algérienne travaille aujourd'hui dans la plupart des domaines de la vie économique et sociale (enseignement, magistrature, médecine, etc.). L'entrepreneuriat est également un domaine de plus en plus approprié par la femme algérienne. Les secteurs investis par les femmes algériennes se sont diversifiés et ont même concerné des domaines traditionnellement réservés au sexe masculin. De nos jours, de plus en plus de femmes entrepreneures algériennes créent des entreprises et se lancent dans des affaires. Elles tendent à posséder des Petites et Moyennes Entreprises (PME), à exercer leurs activités avec un niveau de capitalisation globale plus faible et leur activités entrepreneuriales demeurent entravées par

des contraintes telles que les normes culturelles, l'inégalité des chances en matière d'emploi, des restrictions en matière d'accès au financement, etc. Pour ce qui nous concerne, il s'agit alors d'ouvrir un angle de réflexion originale en s'interrogeant les motivations qui poussent les femmes algériennes à se lancer dans les affaires ? Quelles sont les contraintes auxquelles les femmes entrepreneures algériennes se trouvent confrontées ?

3. Problématique et hypothèses de la recherche

La part des femmes qui sont sous contrat de travail salarié ou chefs d'entreprise nous paraît faible dans le marché de travail en Algérie. Ceci est le reflet de plusieurs facteurs comme le niveau de formation, le facteur socioculturel, l'accès au financement et l'environnement familial. Mais aujourd'hui, avec les mutations qu'a connue la société algérienne durant ces dernières années, les femmes optent de plus en plus souvent pour les activités d'indépendantes et, trop rarement encore, pour le statut de « chef d'entreprise ».

Dès lors, l'objectif de notre recherche est d'analyser la question de la femme entrepreneure en Algérie en s'appuyant sur des données empiriques recueillies dans la région d'Akbou. Il s'agit de répondre à la problématique centrale suivante : **Quels sont les obstacles qui entravent l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? S'agit-il des contraintes financières et/ou des contraintes socioculturelles ?**

Cette question centrale appelle à d'autres questionnements que nous pouvons formuler comme suit :

- Quelles sont les motivations qui poussent les femmes entrepreneures à entreprendre ?
- Quelle est l'impact des dispositifs d'aide à la création d'entreprises et d'emplois dans le développement des entreprises féminines en Algérie et dans la wilaya de Bejaia ?

Afin de répondre à la question centrale et à l'ensemble des sous-questions posées, trois principales hypothèses peuvent être formulées provisoirement.

Hypothèse 1 : C'est le désir d'Autonomie professionnelle, d'accomplissement personnel, d'organiser un travail soi même, de relever un défi qui motivent la femme algérienne à se lancer dans la carrière entrepreneuriale.

Hypothèse 2 : l'accès au financement entrave l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. La discrimination hommes-femmes en matière d'accès au financement et la lourdeur

dans le traitement des dossiers d'investissement limitent l'activité entrepreneuriale féminine en Algérie.

Hypothèse 3 : l'émergence de l'entrepreneuriat féminin est ralenti par des facteurs liés au fonctionnement de la société Algérienne. Les contraintes socio-culturelles liées à l'opposition de la famille (époux, parent, proches, etc.) limitent l'engagement de la femme algérienne dans l'activité entrepreneuriale.

4. Démarche et outils d'analyse

Pour répondre à notre problématique et vérifier nos hypothèses de recherche, nous avons opté pour deux démarches d'analyse complémentaires :

La première est une démarche privilégiant les approches théoriques relatives à l'entrepreneuriat en général et à l'entrepreneuriat féminin en particulier. Pour ce faire, nous avons effectué une recherche bibliographique à travers la consultation des différents documents nécessaires pour la compréhension des théories et concepts relatifs à notre recherche. D'autre part, nous avons exploité des documents statistiques fournis par les dispositifs d'accompagnement à la création de l'entreprise en Algérie et dans la wilaya de Bejaia (ANSEJ, ANGEM et CNAN) touchant au sexe féminin.

La deuxième démarche est empirique dans la mesure où la vérification de nos hypothèses de recherche repose sur une enquête de terrain auprès des femmes entrepreneures de la région d'Akbou.

Dans cette étude monographique, trois principaux instruments de récolte des données ont été utilisés. En optant pour une approche mixte (qualitative et quantitative), notre enquête combine une *enquête par questionnaire* (pour collecter des données quantitatives), par *entretiens semi-directifs* (données qualitatives) auprès d'un échantillon de 25 femmes entrepreneures de la région d'Akbou et une analyse documentaire.

5. Structure de l'étude

Cette recherche, qui porte sur l'entrepreneuriat féminin dans la région d'Akbou, s'articule autour de trois chapitres.

Le premier chapitre esquisse le cadre théorique et conceptuel sur lequel repose notre recherche. Il est divisé en deux sections. La première éclaire la notion de l'entrepreneuriat et les concepts qui lui sont assimilés, caractérise la typologie et les principes de l'entrepreneuriat et présente les différentes approches théoriques de l'entrepreneuriat. La deuxième section présentera le cadre général de la femme entrepreneure. Nous éclairons successivement la

notion de l'entrepreneuriat féminin et nous présenterons les approches, les caractéristiques, les motivations ainsi que les difficultés des femmes entrepreneures.

Le deuxième chapitre abordera la question de l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien. Nous présenterons dans une première section la genèse, l'évolution ainsi que les caractéristiques des PME/TPE en Algérie. La deuxième section sera consacrée à l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Dans cette section, nous dresserons un panorama de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers des données statistique fournies par des organismes officiels avant de détailler les obstacles auxquels les femmes entrepreneures se heurtent.

Enfin, le troisième et dernier chapitre présentera les résultats empiriques de notre recherche appliquée sur un terrain spécifique : les femmes entrepreneures dans la région d'Akbou. Ce travail est scindé en trois sections. La première présentera l'entrepreneuriat féminin en chiffre dans la wilaya de Bejaia. La deuxième présentera les choix méthodologiques de notre enquête de terrain réalisée dans la région d'Akbou. Enfin, la troisième et dernière section fera l'objet de l'analyse et d'interprétation des résultats de notre enquête portant sur les caractéristiques, les motivations ainsi que les obstacles auxquels femmes entrepreneures de la région d'Akbou se trouvent confrontées.

CHAPITRE I

L'ENTREPREUNARIAT FÉMININ :

CADRE THEORIQUE ET

CONCEPTUEL

CHAPITRE I

L'ENTREPREUNARIAT FÉMININ : CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL

Introduction

L'objet de ce travail est d'esquisser le cadre théorique et conceptuel de l'entrepreneuriat. Il est subdivisé en deux sections. La première section présentera le cadre conceptuel de la notion de l'entrepreneuriat. La deuxième section esquissera un cadre général de la notion de « l'entrepreneuriat féminin ».

SECTION 1 : L'entrepreneuriat : cadre théorique et conceptuel

L'extrême variété des entreprises a poussé les chercheurs à d'étudier le phénomène de l'entrepreneuriat, en abordant les notions de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat. Cette variété des appréhensions fait qu'il est difficile de trouver aujourd'hui une définition commune et unanimement acceptée de la notion de l'entrepreneur.

1.1. Cadre général

Cette section présentera un cadre général de la notion de l'entrepreneuriat.

1.1.1. Définition de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur

Enfin d'entourer le flou qui entoure les notions de « l'entrepreneuriat » et de « l'entrepreneur », nous allons tenter de conceptualiser ces notions dans ce qui suit.

1.1.1.1. L'entrepreneuriat

Le mot « *entrepreneuriat* »¹ est une traduction du terme anglais « *entrepreneurship* ». Cette notion, même si elle ne figure pas dans le dictionnaire de la langue française, elle a été retenue au Québec (Canada) par le Conseil de la langue française.

Pour sa part, la notion de l'entrepreneur vient du verbe latin « *prehendo-endi-ensum* », qui signifie découvrir, voir, percevoir, se rendre compte et saisir.

¹Julien P-A. Marchesnay M. (1997), « Economie et stratégies industrielle », Ed Economica, Paris, p.26.

La définition de l'entrepreneuriat diffère d'un auteur à un autre. Plusieurs définitions sont ainsi données par plusieurs auteurs relevant de différents champs disciplinaires. Dans ce qui suit, nous donnerons quelques définitions les plus répandues.

Thierry Verstraete², insiste sur le caractère complexe de la notion qui compliqué la définition du concept. Selon lui, « *l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation* »

Robert Hisrich, Michael Peters définissent le concept entrepreneuriat du point de vue de la création de la richesse. Pour cela, ils envisagent la notion « *Comme un processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par des individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux, de temps et/ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service. L'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif. Mais la valeur doit y être en instillé par l'entrepreneur dans la mesure où il rassemble et alloue les compétences et ressources nécessaires* »³.

Pour sa part, Fortin⁴, mentionne que « *l'entrepreneurship réfère à une mentalité, à une attitude qui pousse l'individu seul ou associé, à démarrer une nouvelle affaire et à prendre les moyens pour réaliser un désir ou un rêve, tout en assumant les risques de l'aventure* »

- Selon Venkaraman et Shan: « *L'entrepreneuriat est l'étude scientifique du comment, par qui et avec quels effets, les opportunités de création de nouveaux produits et services sont détectées, évaluées et exploitées* »⁵

- Gartner a défini l'entrepreneuriat « *comme le processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation* »⁶

²Verstraete T. (2000), « Histoire d'entreprise : les réalités de l'entrepreneuriat », Management et Société, Paris, EMS, p.11.

³Hisrich Ret Peters M. (1991), « Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise »,Economica, Paris, p.11.

⁴Rajhi N. (2011), « Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien », Thèse doctorat en science de gestion, Université de Grenoble, p.37.

⁵JaziriRaouf « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Ver une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat », p.10. <https://hal.inria.fr/hal-00829206v1/document>:

⁶ *Ibid*, p.10.

- D'après Fayolle et Fillion « l'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option en solution viable, c'est-à-dire que certaines personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise »⁷

1.1.1.2. L'entrepreneur

La notion de l'entrepreneur fait son entrée dans la théorie économique avec Ricardo Cantillon : cet auteur fournit alors une première conception de la notion⁸. L'auteur est considéré comme le premier à élaborer une théorie de l'entrepreneur. Dans son ouvrage intitulé « *Essai sur la nature de commerce en général* »⁹ Cantillon estime que l'entrepreneur c'est quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques. Cela veut dire que qu'il n'y a aucune garantie de ce qu'il va recevoir d'après sa décision d'entreprendre

J-Baptiste Say est le deuxième auteur à s'intéresser aux activités de l'entrepreneur. Il est fondamental de préciser que Say est le premier à avoir déterminé les caractéristiques de l'entrepreneur, établissant ainsi son profil, sans en faire le centre de son analyse : il voyait le développement de l'économie par la création d'entreprises.

Dans la pensée de Say, l'entrepreneur doit diriger et organiser, d'une part, et prendre des risques, d'autre part. Ce sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur.¹⁰ Say met l'entrepreneur au centre du processus économique. Selon lui, l'entrepreneur est un agent économique rationnel et dynamique, garantissant véritablement l'équilibre économique.

Schumpeter Josef¹¹, qualifié de père fondateur de l'entrepreneuriat, fait évoluer d'une façon importante la compréhension de la fonction entrepreneuriale. Il donne de l'entrepreneur une définition plus restrictive que celle de SAY. L'entrepreneur¹² de

⁷Bereziga A, Meziane A. (2012), « La culture de l'entrepreneuriat chez les entrepreneurs algériens », Colloque National sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, p.2.

⁸Hernandez E-m. (2001), « *L'entrepreneuriat, approche théorique* », Paris : L'Harmattan, p.14.

⁹Boutillier S, Uzunidis D. (2000), « L'entrepreneur : acteur et fonction sociale » Une réflexion à partir de comportement économique et structures sociales d'André Nicolai (première édition 1960, réédition 2000) p.7.

¹⁰Tounes A. (2006), « *L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept* » n°03-73, p 6

¹¹Filion L J. (1997), « *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances* », Revue internationale P.M.E : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 10, n° 2, 1997, p 134.

¹²Didier V. (1995), « *L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs* », p.2.

Schumpeter est celui qui introduit et conduit l'innovation, celui qui crée une combinaison des facteurs de production de manière à innover au sein du processus de développement économique. Ce n'est pas le simple créateur d'entreprise mais c'est celui qui apporte une innovation.

D'autres auteurs se sont intéressés par la suite à la notion de l'entrepreneur. Pour McClelland,¹³ l'entrepreneur est « *c'est un individualiste qui agit au nom de mobiles personnels. Il définit l'entrepreneur comme quelqu'un qui contrôle une production qu'il ne consomme pas personnellement* ».

Bygrave W,¹⁴ observe que « *les chercheurs se chamaillent sur une définition satisfaisante de la création d'entreprise et suggère que le manque de précision dans la définition du créateur peut contribuer au manque de modèles solides de création d'entreprise. Le terme est utilisé depuis plus de deux siècles, mais nous continuons à le faire évoluer, à le réinterpréter, à réviser sa définition* » et sa définition la plus simple est : « *un entrepreneur est une personne qui identifie une opportunité et crée une organisation pour la suivre jusqu'au bout* ».

Il ressort de ce qui précède que le concept de l'entrepreneur recouvre différentes significations : il est donc *difficile* de trouver une définition unanime, claire et évidente de l'entrepreneur. A ce propos, Filion¹⁵ l'estime que « *chacun tend à voir et à définir l'entrepreneur à partir des prémisses de sa discipline* ».

1.1.2 Les caractéristiques et typologies de l'entrepreneur

1.1.2.1. Les Caractéristiques

Différentes caractéristiques sont attribuées à l'entrepreneur selon Julien P-A et Marchesnay M (1996).

L'entrepreneur dispose de plusieurs traits caractéristiques qui représentent des valeurs et des attitudes face à l'environnement socio-économique dont il procède. Les traits caractéristiques sont :

¹³ Wtterwulge R. (1998), « La P.M.E. une entreprise humaine », Boeck Supérieur, p32.

¹⁴ El ghazi H. (2011), « Type de manager et pratiques entrepreneuriales en Algérie (secteur – public), p.92.

¹⁵ Filion Op, cit, p.132.

a. Les traits caractéristiques

- **Le besoin d'accomplissement** : les chercheurs de l'approche par traits veulent démontrer que le besoin d'accomplissement est l'une des principales caractéristiques du comportement de l'entrepreneur. D'après McClelland,¹⁶ le besoin d'accomplissement est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur. Ces travaux se sont basés sur le critère de besoin d'accomplissement : ils ont identifié une relation de corrélation entre le besoin d'accomplissement, comme un trait personnel entrepreneurial, et le développement économique.
 - **Le besoin d'indépendance** : les entrepreneurs veulent prendre le contrôle de leur avenir. Ces entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et se caractérisent par un certain sens d'autonomie très poussée ;
 - **La confiance en soi** : Les entrepreneurs sont par définition optimistes : ils croient en leurs capacités et s'assurent de tout mettre en œuvre pour atteindre leurs objectifs et ont une maîtrise en soi ;
 - **L'innovateur** : Joseph Schumpeter, souligne que l'entrepreneur est l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation. selon lui, seuls les individus sont capables d'innover et méritent l'appellation « *d'entrepreneur* » ;¹⁷
 - **Un preneur de risque** : Chez les entrepreneurs, la prise de risque est spécifique à certains domaines et certaines situations. Certains chercheurs estiment que la propension à prendre des risques est l'essence de l'activité entrepreneuriale et la création d'entreprise serait réservée à ceux qui auraient une moindre aversion au risque. Des spécialistes s'accordent à dire que la prise de risque est considérée comme un caractère qui différencie les entrepreneurs des autres individus¹⁸.

b. Entrepreneur-Opportuniste

Entreprendre, « *c'est conquérir une place sur le marché* » qui doit être toujours à l'affût des nouveautés ou d'opportunités de manière de gagner sur le marché.

¹⁶Estay C. (2006), « La motivation entrepreneuriale » Université des sciences technologies de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises, p.22.

¹⁷Hernandez E.M. Op.cit., p.18

¹⁸ Charles J. « *Entrepreneur: Pourquoi ? Comment ? Quoi ?* »,P.22.

c. L'entrepreneur-Organisateur

L'entrepreneur est un être compétent qui sait organiser ses ressources : il met tout en œuvre pour développer et commercialiser son innovation.

d. L'entrepreneur-joueur

L'entrepreneur est aussi un joueur qui prend des risques pour affronter des défis.

e. L'entrepreneur-Motivé

Pour Josèphe Schumpeter l'entrepreneur est motivé par la réalisation de bénéfices générés par les risques pris et la réussite. Les défis représentent des objectifs pour l'entrepreneur : on dira même que les défis lancés constituent la première source de motivation.

1.1.2.2. Typologies de l'entrepreneur

Plusieurs auteurs ont donné une typologie de l'entrepreneur. Ces auteurs sont tellement nombreux que nous proposons de regrouper synthétiser les typologies formulées par ceux-ci dans le tableau suivant.

Tableau n°1 : Typologies de l'entrepreneur

<i>Auteur</i>	<i>Date</i>	<i>Typologies</i>
<i>A.Smith</i>	1967	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur artisan 2. L'entrepreneur opportuniste
<i>Collin et Moore</i>	1970	Deux types d'entrepreneurs : 1. L'entrepreneur administratif 2. L'entrepreneur indépendant
<i>Laufer</i>	1975	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le manager ou l'innovateur 2. L'entrepreneur orienté vers la croissance 3. L'entrepreneur orienté vers l'efficacité 4. L'entrepreneur artisan
<i>Miles et Snow</i>	1978	Quatre types d'entrepreneurs : 1. Le prospecteur 2. L'innovateur 3. Le suiveur 4. Le réacteur
		Au moins 11 types d'entrepreneurs : 1. Travailleurs autonomes travaillant seuls

Vesper	1980	<ol style="list-style-type: none"> 2. Bâisseurs d'équipes 3. Innovateurs indépendants 4. Multiplicateurs de modèles existants 5. Exploitants d'économies d'échelle 6. Rassembleurs de capitaux 7. Acquéreurs 8. Artistes qui achètent et vendent 9. Constructeurs de conglomérats 10. Spéculateurs 11. Manipulateurs de valeurs apparentes
Julien et Marchesnay	1987 1996	<p>Deux types de propriétés-dirigeants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PIC (pérennité, indépendance, croissance) 2. CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)
Carland, Hoy, Carland	1988	<p>Deux types d'acteur organisationnels :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. L'entrepreneur 2. Le propriétaire de PME
Lafuente et Salas	1989	<p>Quatre types de nouveaux entrepreneurs :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Artisan 2. Orienté vers le risque 3. Orienté vers la famille 3. Managérial
Filion		Deux types d'entrepreneurs :
	1998	<ol style="list-style-type: none"> 1. Opérateur 2. Visionnaire
Marchesnay	1998	<p>Quatre types d'entrepreneurs :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Isolé 2. Nomade 3. Notable 4. Entreprenant
Duchéneaut	1999	<p>Socio-style de créateurs d'entreprises</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rebelles (28%) 2. Matures (41%) 3. Initiés (25%) 4. Débutants (6%)

Source : Filion L.J. (2000), « Typologie d'entrepreneur - Est-ce vraiment utile ? » Cahier de recherche n° 2000-14.p.4.

Pour établir une typologie de l'entrepreneur, les spécialistes du domaine se réfèrent à un ensemble de critères que nous regroupons dans le tableau suivant :

Tableau n°2 : Les critères les plus couramment utilisés pour l'élaboration de typologies en entrepreneuriat

	Critères
Critères d'élaboration des typologies de l'entrepreneuriat	Concept de soi
	Engagement
	Racine systémique
	Vision
	Système relationnel
	Délégation
	Finalité
	Autonomie
	Internalité
	Capacité d'adaptation
	Créativité
	Innovation
	Besoin de réalisation
	Besoin de pouvoir
	Besoin de reconnaissance
	Besoin de sécurité
	Attitude face à la croissance
	Attitude dans les relations interpersonnelles
	Attitude face aux profits
	Attitude face au risque
Style de leadership	
Style de management	
Style de prise de décision	

Source Filion.L.J. Op, cit, p.5.

1.1.2. L'importance de l'entrepreneuriat

Il n'est admis aujourd'hui que l'entrepreneuriat présente de première importance aussi bien pour la croissance et la création que sur la capacité d'innovation dans un pays.

1.1.3.1. La croissance économique

« L'activité entrepreneuriale n'a pas d'effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entrepreneurs »¹⁹

¹⁹Verstrete T. Saporta B. (2006), « *Création d'entreprise et entrepreneuriat* », éd Adreg, Paris, p.77.

1.1.3.2. La création d'entreprise et le renouvellement du parc de l'entreprise :

L'entrepreneuriat permet de renouveler et de reconstruire le tissu économique par la création des entreprises « *ex-nihilo* », par la reprise des entreprises et même par la réactivation et le redémarrage d'entreprises.

1.1.3.3. L'innovation

Selon Josef Schumpeter (1935), les entrepreneurs constituent le levier de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités.

1.1.3.4. La création d'emploi

L'entrepreneuriat constitue un moyen pour l'absorption du chômage : il est considéré comme source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois. L'action d'entreprendre est devenue une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et pour ses membres de famille.

1.2. Approche théorique de l'entrepreneuriat

Certains chercheurs présentent l'évolution des recherches sur l'entrepreneuriat. Ces recherches se résument en trois approches fondamentales : l'approche fonctionnelle, l'approche comportementale et l'approche processuelle.

1.2.1. L'approche fonctionnelle

Cette approche permet de répondre à la question de « *Quoi ?* » ou bien de ce qui fait l'entrepreneur²⁰. Elle s'intéresse aux comportements de l'entrepreneur. Des économistes utilisent le concept de l'entrepreneuriat sous l'angle de la richesse. A l'origine de la compréhension du concept d'entrepreneuriat, se situent les contributions de trois auteurs : Pour Richard Cantillon, l'entrepreneur est un preneur de risque alors que Jean Baptiste

²⁰SchmittCh (2008), « *Regards Sur L'évolution Des Pratiques Entrepreneuriales* », PUQ, p.147.

Say présente l'entrepreneur comme « *l'agent principal de la production* » Joseph Schumpeter, pour sa part, synthétise la fonction d'innovation de l'entrepreneur.

Les économistes ont essayé de définir l'entrepreneur, sa fonction et son rôle dans le marché. Ainsi, ils ont cherché à répondre à la question suivante : *Quelle est la fonction ou quel est le rôle de l'entrepreneur dans l'économie?* Il suffit de se concentrer sur l'entrepreneur. A l'instar de Schumpeter, l'entrepreneur est un acteur de l'innovation ; c'est grâce à ses initiatives et à sa prise de risque qu'il apporte un changement essentiel à l'entreprise. Son rôle est non seulement d'agir pour créer une entreprise mais aussi de trouver des possibilités encore inconnues dans l'environnement et d'être pionnier pour avoir la fonction d'entrepreneur

Par conséquent, on peut avancer avec Fayolle selon lequel, cette approche économique a pour objectif de saisir l'impact économique de la création d'entreprise et le rôle de l'entrepreneur dans le développement économique.

1.2.2. L'approche par les traits

L'approche par les traits consiste à identifier l'entrepreneur par ses caractéristiques propres à lui : c'est une approche sociologique qui consiste à répondre à la question *qui est l'entrepreneur ?* Et pourquoi le phénomène de l'entrepreneuriat se développe. Cette approche s'intéresse aux caractéristiques propres à l'entrepreneur : ses traits de personnalités, ses comportements et comment l'entrepreneur agit-il pour créer une entreprise ? McClelland est le premier chercheur incarnant cette approche psychologique, Il définit différentes caractéristiques significatives de la personnalité du dirigeant. Pour lui, les principales caractéristiques des entrepreneurs sont un besoin élevé d'accomplissement lorsqu'un individu est responsable de la solution de ses problèmes.

1.2.3. Approche par les processus

Le domaine de cette approche n'est plus centré sur l'entrepreneur mais sur le processus entrepreneurial il est orienté vers les actions et décisions que l'entrepreneur devra poser s'il veut que son projet devienne réalité. Elle consiste aussi à décrire les étapes de création et de reprise des entreprises et des organisations.

A ce propos, Gartner (1985) estime que « *l'entrepreneuriat n'est rien d'autre qu'un phénomène consistant à créer et à organiser de nouvelles organisations* ». Fayolle

évoque pour sa part que « l'étude des processus est abordé au cœur de nombreux travaux dans le domaine d'entrepreneuriat. ».

Tableau n° 3 : Questionnement des chercheurs en fonction des principaux courants de pensée sur l'entrepreneuriat

Courant	Perspective	Périodes	Auteurs
Économique	Fonctionnelle : Fonction de l'entrepreneur pour la société et l'économie	2 siècles derniers	Schumpeter (1928) Penrose (1963) Leibenstein (1968, 1979)
Traits de personnalité	Individuelle : Les individus entrepreneurs sont différents des non entrepreneurs	De 1950 jusqu'à 1990	Ronstadt (1984) Toulouse (1988) Stevenson et Jarillo (1990)
Behavioriste et Processuel	Comportementale et processuelle : Processus de création d'une nouvelle organisation, intégrant la relation symbiotique dirigeant/organisation	A partir de 1990	Gartner (1985 ; 1988) Bygrave et Hofer (1991) Bruyat (1993) Venkataraman (1997) Shane et Venkataraman (2000)

Source : Didier.G, (2013), « *Caractéristiques de propriétaire-dirigeant de PME entre l'être et le faire, où en sommes-nous* », Conférence Internationale de Management Stratégique, p.6.

La lecture des éléments dressés dans ce tableau, nous montre les différents courants de pensée et des questions posées par les chercheurs. Cette période marque le déclin de l'approche par les traits.

SECTION2 : La femme entrepreneure : Cadre général

Les femmes entrepreneures contribuent largement à la croissance, à l'innovation et à la création d'emploi. Mais, en dépit de leur participation grandissante à l'économie, le phénomène de l'entrepreneuriat féminin reste sous-estimé. Il est donc plus que jamais nécessaire de comprendre et d'étudier ce phénomène, en essayant de définir, dans un premier temps, la notion de la femme entrepreneure, et voir, dans un deuxième temps, leurs caractéristiques, motivation et les obstacles liés à l'entrepreneuriat féminin.

2.1. L'entrepreneuriat féminin : approche théorique et conceptuelle

Avant d'approfondir notre étude, nous tenons à définir le concept de l'entrepreneuriat féminin et la femme entrepreneure mais aussi de trouver une définition d'une femme entrepreneure n'est pas une chose facile à cause de la diversification des écoles de pensées ainsi que de différents domaines de recherche sur ce phénomène.

2.1.1. Quelques définitions

Trouver une définition de la femme entrepreneure n'est pas une chose facile, plusieurs auteurs ont donc tenté de définir la notion de l'entrepreneuriat féminin.

Dina Lavoie, décrit l'entrepreneure (qu'elle appelle aussi propriétaire-chef d'entreprise, propriétaire-dirigeante d'entreprise ou encore femme chef-d'entreprise) comme « *une femme qui, seule ou avec des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe à sa gestion courante* »²¹.

Selon le Groupe Canadien de Travail sur l'Entrepreneuriat Féminin, « *une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de manière innovatrice et créatrice en développant de nouveaux produits et en conséquent de nouveaux marchés* ». ²²

2.1.2. Quelques éléments de recherche sur l'entrepreneuriat féminin

Les recherches sur l'entrepreneuriat féminin ont considérablement évolué. Suivant la littérature francophone, deux périodes se distinguent. La première période de (1970-1980), fait la comparaison entre la femme et son homologue masculin en termes de motivation, de personnalité et d'expérience. La deuxième période apparue depuis 2000 est la plus récente : elle concerne les femmes elles-mêmes.

La littérature anglophone conviennent avec la littérature francophone dans certains thèmes de recherches tels que les caractéristiques des femmes entrepreneures, leurs motivations, les réseaux, le processus d'investissement, les facteurs bloquants, la famille, le processus entrepreneurial. Les premiers travaux sur l'entrepreneuriat féminin

²¹Lavoie D. (1988), « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, p.3.

²²Légaré.H. (2000), « *La performance de l'entreprise en fonction du sexe du propriétaire* », Mémoire en vue de l'obtention du grade de maître ès en science de la gestion, p.3.

sont apparus aux États-Unis il y a une trentaine d'années sous la plume de Eleanor Schwartz et autres auteurs fondateurs tels que (Hisrich, Brush et Ahl, etc.)²³

Les États-Unis ont produit une grande majorité des travaux, représentant à eux seuls 65% du total des travaux, tandis que l'Europe n'est présente que pour un quart d'entre eux (19 articles) et Canada avec 13 articles.

Certaines conclusions de ces recherches illustrent cette réalité :

• Jennings et Brush avancent quatre tendances ²⁴qui résument la contribution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin à la recherche sur l'entrepreneuriat en général jusqu'à aujourd'hui. selon lui :

- L'entrepreneuriat est un phénomène social marqué par le genre ;
 - L'activité entrepreneuriale est ancrée dans les familles ;
 - L'activité entrepreneuriale peut découler d'une nécessité autant que d'une opportunité ;
 - Les entrepreneurs suivent des objectifs qui ne se limitent pas au gain économique.
-
- Les femmes entrepreneures sont largement marginalisées et restent invisibles dans les recherches dominantes consacrées à l'entrepreneuriat »²⁵.

 - « Pailot et Al après avoir mené des entretiens auprès de 41 femmes entrepreneures françaises. estiment que, les interactions marquées par le genre jouent un rôle essentiel dans la façon dont les femmes entrepreneures construisent leurs relations et interagissent avec les parties prenantes. Ils démontrent qu'elles sont confrontées à des stéréotypes sociaux enfouis dans l'inconscient individuel et collectif, qui façonnent leur définition d'elles-mêmes et, en parallèle, la base de la légitimité de l'exercice de l'entrepreneuriat ». ²⁶

²³Lebegue T, Chabaud D. (2013), Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives, Arihme, p.43.

²⁴Léger.J, Teresa N, Chasserio S, (2015), Perspectives francophones sur les femmes entrepreneures : au-delà des approches comparatives, vers une approche compréhensive, *Le Revue de l'Entrepreneuriat*, p.17.

²⁵OCDE. (2004), « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée, vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée », La 2^{ème} conférence des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME), Istanbul, P.29.

²⁶Lebegue T, Chabaud D, Op.cit, p.21.

- Shabi et Di Gregorio, ont tenté d'expliquer les buts personnels poursuivis par les femmes pour la propriété d'affaire et d'interpréter les facteurs structuraux qui influencent le processus du lancement de l'entreprise.
- Redien-Collot et O'Shea, Lebègue expliquent comment les femmes entrepreneures participant aux programmes de développement entrepreneurial, en se basent sur les entrepreneures qui souhaitent que leurs projets d'affaires restent de petite taille notamment dans le cas des entreprises de services, un ensemble de questions spécifiques concernant le mentoring sont mises en avant. Il est reconnu que les femmes ne forment pas un groupe homogène en ce qui concerne leurs intentions de développement de leur nouvelle entreprise et que, par conséquent, une approche uniforme des programmes de soutien est inadéquate. ».²⁷
- Les femmes entrepreneures du Maghreb commencent à émerger avec un dynamisme et une symbolique particuliers et peuvent contribuer considérablement au processus d'intégration maghrébine.
- Shabbir et Gregorio, dans leurs recherches sur les femmes entrepreneures pakistanaises, reconnaissent l'influence des ressources relationnelles (influence de la famille, du personnel, des fournisseurs, des consommateurs avec leur regard sur la femme entrepreneure) ainsi que celle des ressources externes (ressources financières, environnement géographique) dans la décision de la femme entrepreneur.²⁸
- « Les conclusions des chercheurs sont également souvent contradictoires pour ce qui concerne les modes de comportement et le management dans l'entreprises. Pour une majorité d'auteurs cependant la femme adopte des types de management sensiblement différents de ceux des hommes ». ²⁹ Jo Ann C. carlanf et James Wcarland estiment que le management féminin repose essentiellement sur le fait que la femme est rapide

²⁷Op.cit., p.28.

²⁸ Zahra Arasti, « *L'entrepreneuriat Féminin En Iran : Les Structures socioculturelles* »,Revue Libanaise de Gestion et d'Economie ,Vol. 1, 2008 p.10.

²⁹Duchéneau B.(1996), *Les Dirigeants de PME: enquête, chiffres, analyses pour mieux les connaître*, Maxima, p.20.

ingénieuse, extravertie, stimulante encourageant et argumentant. Alors que les hommes le sont davantage du type pratique, proche de satisfaction, réaliste organisé, raisonnement unique et chef d'équipe.

- Brush, après avoir analysé 200 études concernant les types de managements comparés féminin/masculin, indique que les femmes tendent à être plus dans les coopératives informelles recherchant le consensus³⁰.
- L'entrepreneuriat des femmes apparaît aujourd'hui en constante évolution à travers le monde. Il est dorénavant largement considéré comme une voie à explorer et à encourager pour ses retombées économiques, sociales et politiques importantes (OCDE, 2012). *Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, (2012), souligne la croissance de l'activité des femmes entrepreneures. Les changements d'échelle et d'envergure dans le taux et la structure de la participation des femmes entrepreneures sont observables à tous les niveaux, que ce soit individuel, dans les réseaux d'affaires ou dans les organisations.³¹
- L'une des plus grandes contributions de la recherche sur les femmes entrepreneures est d'avoir su mettre au jour ces préjugés, d'avoir su leur donner une dimension généralisable et d'avoir réussi à rendre compte d'expériences partagées par diverses populations discriminées.
- Dans leur étude exhaustive de la recherche anglophone sur l'entrepreneuriat féminin publiée dans *Academy of Management Annals* (2013), Jennings et Brush repèrent 630 articles sur les femmes entrepreneures parus entre 1975 et 2012. Les auteures documentent la croissance spectaculaire de l'intérêt porté à ce thème de recherche. 138 articles ont été publiés avant 2000 et 492 entre 2000 et 2012. Jennings et Brush analysent que la source de cette croissance provient de travaux académiques orientés sur l'analyse du genre, des professions et du marché du travail ainsi que des recherches sur les théories féministes. Par ailleurs, elles notent que les cadres

³⁰ Duchéneau B, Op,cit, p.204.

³¹ Léger.J, Teresa N, Chasserie S, Op,cit, p.19.

théoriques retenus proviennent de l'ensemble des disciplines des sciences de gestion et des sciences sociales (économie, sociologie, psychologie, etc.) »³²

2.1.3. Les approches féministes de l'entrepreneuriat féminin

La théorie du féminisme considère le genre comme une dimension fondamentale de toute organisation, Son objectif est de faire la défense des intérêts des femmes dans la société, l'amélioration et l'extension de leurs droits ainsi que la fin de l'oppression et des discriminations dont les femmes sont victimes au quotidien.

2.1.3.1. Le féminisme libéral égalitaire

La perspective du féminisme libéral est basée sur l'affirmation que les femmes sont toutes aussi capables que les hommes de rationaliser. Ces chercheurs avancent que les femmes seraient désavantagées par rapport aux hommes à cause de leur manque d'expérience et de formation en gestion et de certains facteurs discriminatoires (par exemple le traitement inégal lié au financement). D'après ce point de vue, les différences observées dans les réalisations des hommes et des femmes peuvent s'expliquer par le fait que les femmes n'ont pu développer leurs pleines capacités. Par conséquent, lorsque les femmes auront accès aux mêmes opportunités que les hommes, elles seront en mesure d'atteindre leur plein potentiel et, de ce fait, les différences entre hommes et femmes disparaîtront. La pensée libérale indique que pour mettre fin à la discrimination, il faudrait s'attaquer aux barrières structurelles que les femmes rencontrent dans leurs vies quotidiennes.

2.1.3.2. Le féminisme socialiste

La vision du féminisme social affirme par contre que les différences entre les hommes et les femmes sont attribuables aux expériences vécues au tout début de leur vie, et que les discriminations que subissent les femmes proviennent non seulement des mentalités et autres valeurs rétrogrades mais également du système capitaliste (système économique) lui-même.

Contrairement à la pensée du féminisme libéral, les hommes et les femmes ne sont pas considérés comme semblables. Pendant, cela ne veut pas dire que les femmes sont

³²Idem, p.21.

inférieures aux hommes puisque les deux groupes, même s'ils diffèrent dans leur approche, peuvent développer des compétences distinctives.

Une affirmation centrale de la perspective du féminisme social est que, même si les expériences des femmes et leur façon de penser ont été dénigrées, leurs connaissances peuvent conduire à un comportement tout aussi fonctionnel dans la société que celui des hommes. Conséquemment, les différences dans les traits devécues vont donner lieu à des comportements entrepreneuriaux propres à chaque sexe. En se fondant sur ce raisonnement, Fisher et ses collègues soutiennent que les femmes seraient plutôt motivées par un travail qu'elles aiment faire, au détriment de l'aspect financier souvent privilégié par les hommes.

2.2. Quelques expériences de l'entrepreneuriat féminin à l'échelle mondiale

1.2.1. Les caractéristiques des entrepreneures

2.2.1.1. Caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures

a. La relation entre l'âge de la femme créatrice d'entreprise et sa carrière entrepreneuriale

L'âge de la femme entrepreneure a fait l'objet de plusieurs recherches : la plupart des études témoignent que les femmes entrepreneures sont plus jeunes par rapport aux hommes entrepreneurs au moment du lancement dans un projet entrepreneurial. Welsch et Young (1984) et Birley ont montré qu'aux Etats-Unis, les femmes entrepreneures sont plus jeunes que les hommes entrepreneurs et indiquent que l'âge moyen pour les femmes se situe entre 25 et 40 ans, alors que pour les hommes, c'est plus que 43 ans. Une autre étude menée par Lacasse (1990) montre que l'âge moyen des femmes entrepreneures se situe entre 35 et 44 ans.³³

Hisrish et Peters (1991) viennent de prouver le contraire des études précédentes. Elles indiquent qu'il y a une tendance des hommes de se lancer dans une expérience entrepreneuriale est significativement à partir de leur trentaines et que les femmes plutôt autour de 35 ans.

³³Zouiten J, Levytadjine T. (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IV^{ème} congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Paris 24-25 Novembre, p.11.

Selon des études issues du portrait statistique des femmes entrepreneures au Canada (2002), Legaré et St-Syr³⁴ ont également montré à partir d'une enquête menée en 2002 au Canada, que les femmes entrepreneures appartiennent à une catégorie d'âge relativement plus jeune que celle des hommes.

Hernandez, après avoir mené une enquête en Afrique, il aboutit à des conclusions reflétant que les femmes entrepreneures en Afrique sont plus âgées par rapport à leurs correspondantes des EU et de l'Europe. Il attribue ce retard à la valorisation tardive de l'entrepreneuriat féminin dans le continent africain.

b. La Formation : La formation des femmes entrepreneures a fait l'objet d'abondantes recherches que leurs résultats confirment bien les contradictions au sein même d'un pays. En 1996, la proportion de travailleurs autonomes québécois à détenir un diplôme universitaire est légèrement plus élevée chez les hommes que chez les femmes³⁵. Aux États-Unis, Belkourt Watkins a remarqué que les femmes entrepreneures ont un niveau éducatif moins important que celui des hommes. Hisrich et Brush ont affirmé dans une étude que le niveau de formation des femmes entrepreneures est comparable à celui des hommes donc pas de différence significatives entre les deux genres.

Selon une étude menée par Lavoie et Yudkin³⁶, les femmes européennes ont un niveau d'instruction plus élevé que la moyenne de la population. Ainsi, des statistiques prises du rapport de Line Robert à l'aide du réseau des femmes entrepreneures sur les caractéristiques des femmes francophones, confirme que les femmes entrepreneures françaises sont parfaitement instruites : plus de la moitié des femmes interrogées ont fait des études universitaires (56%)³⁷. Ainsi, dans les économies en sous-développées, l'analphabétisme est souvent considérablement plus élevé chez les femmes que chez les hommes. Cette situation a des conséquences importantes sur les possibilités qu'ont les femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat et les exclut presque totalement du champ de l'entrepreneuriat et les oblige à devoir travailler dans le secteur informel.³⁸

c. L'influence Familiale

Des études ont démontré qu'un pourcentage élevé des femmes entrepreneures sont celles

³⁴Legaré M H., Louise S. (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneures », HEC, Canada, p.17.

³⁵Zouiten. J, LEVYTADJINE. T, Op,cit,p.13.

³⁶Legaré M H., Louise S, Op, cit, p.17.

³⁷L.Robert. (2003), « Les femmes se prononcent : stratégies féministes d'entreprise pour les femmes francophones », Réseau femmes Colombie-Britannique, Mai, p.13.

³⁸OCDE. (2004), « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée, vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée, Op, cit, p.40.

qui ont déjà un parent qui lui-même entrepreneur. Une étude américaine réalisée auprès de 58 entrepreneures révèle que la femme entrepreneure est quatre fois plus sujette à une influence parentale (père ou mère) que la population en général³⁹

D'autres recherches ont montré que la profession des parents des entrepreneurs marque fortement la personnalité de l'entrepreneur. Cela est également vrai pour les femmes que pour les hommes. Hisrich et Peters indiquent également que la présence d'une mère entrepreneure renforce plus le sentiment d'indépendance chez sa fille et aura une influence sur son désir l'entreprendre par la suite.⁴⁰

Kirkwood (2009) affirme pour sa part que la femme consulte son conjoint avant toute décision de nature entrepreneuriale alors que Werbel et Danes(2010) rappellent que le conjoint est une partie prenante indéniable puisqu'il possède un véritable droit de décision sur l'engagement du capital initial issu des fonds de la famille⁴¹.

d. L'expérience

Certains chercheurs témoignent que c'est la richesse de l'expérience acquise de toute sorte (expérience du marché de travail, gestion de la famille, activités bénévoles, etc.) qui poussent les femmes à se lancer dans les affaires. En effet, plusieurs recherches confirment que les femmes entrepreneures semblent souvent moins qualifiées que les hommes, possèdent moins d'expérience professionnelle en gestion d'entreprise et/ou dans le secteur d'activité dans lequel elles se lancent, et manquent de compétences au niveau financier, managérial et/ou entrepreneurial (Ratté 1999 et *al*). S'agissant d'un tel point de vue, les résultats de recherches existantes sont contradictoires. La plupart des auteurs montrent que pour une grande majorité d'entrepreneurs, aussi bien hommes que femmes, ils ont eu une expérience professionnelle avant leur projet de création de leur propre entreprise. La différence résiderait plutôt au niveau du type d'expérience.

Les recherches indiquent avec quasi-certitude que la plupart des créateurs d'entreprise optent pour un secteur dans lequel ils ont déjà travaillé. D'autres chercheurs comme

³⁹Hien. F. (2002), « *L'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : Une étude exploratoire* » p.15.

⁴⁰Bouzekraoui. H, Ferhane. D, (2006), « *Les facteurs déclencheurs de l'entrepreneuriat féminin chez les étudiantes universitaires : revue de la littérature* », p.3.

⁴¹Idem, p.3.

Burke (1991) affirment que nombreuses sont les femmes qui se lancent dans des secteurs ou elles n'ont aucune expérience.

2.2 .1 .2. les caractéristiques des entreprises privilégiées par les femmes en affaires

a. Le secteur d'activité

Les récentes recherches menées sur l'entrepreneuriat féminin ce sont intéressées à dresser l'état d'évolution des secteurs choisis par les femmes. Les femmes ont tendance à exercer des activités dans un nombre restreint d'industries de services Pour Dina Lavoie, ce sont les secteurs de services et de la vente ou détail qui sont les secteurs les plus préférés par les femmes entrepreneures⁴². L'immense majorité des entreprises créées le sont dans les services (commerces de détail, coiffure, soins esthétiques, immobilier, toilettage des animaux domestiques, etc.).⁴³

Bien que les femmes aient gagné du terrain dans le secteur des services : elles ont gardé leur place principale dans le secteur du textile, habillement, secteur qui est largement été féminisé. Les autres secteurs industriels sont quasiment été fermés aux femmes : elles n'y ont profité que 6 à 8% de création d'emploi (Statistique Canada).

b. La taille de l'entreprise

La grande majorité des entreprises détenues par des femmes appartiennent aux catégories des micros, des petites et des moyennes entreprises. En Corée du Sud, par exemple, plus de 95 % des sociétés sont détenues par des femmes.⁴⁴

Les récentes recherches de D. Lavoie et Yudkin et J. Star sur les femmes entrepreneures confirment que les femmes exploitent en exclusivité des micros entreprises qui sont des petites entreprises, avec un importants nombre d'employeurs. Ces femmes entrepreneures emploient un travailleur sur quatre et 5% de ces entreprises possèdent moins de 20 employés.

c. Le Financement de l'entreprise

Plusieurs études sur des femmes entrepreneurs montrent les difficultés qu'elles rencontrent

⁴²Legare M H., Louise S, Op, cit, p24

⁴³Boutillier S. (2008), Humanisme et entreprise, « Femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux », A.A.E.L.S.H.U, P, p.15.

⁴⁴Koreen.M, (2000), « Les femmes entrepreneurs à la tête de pme : Pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir », Document de référence, Atelier N°3, Le financement des entreprises dirigées par les femmes », p.12.

en cherchant à obtenir un financement.⁴⁵Elles font rarement appel aux prêts. Elles font très peu appel aux programmes gouvernementaux le plus souvent par manque d'informations à leur sujet.

Les femmes ont principalement recours aux économies et aux biens personnels et leur capital de démarrage est beaucoup plus petit que celui des hommes. Comme le confirme D. Lavoie : « Bon nombre d'entrepreneures ont dû largement puiser dans leurs épargnes personnelles ». M. Yudkin et J. Starr:« La source initiale de capital chez les entreprises dirigées par les femmes est généralement les épargnes personnelles, ou la contribution de la famille et des amis. »⁴⁶

M. Yudkin et J. Starr estiment que les femmes ont tendance à démarrer leurs entreprises avec moins de capital de départ que les hommes. La source initiale de capital chez les entreprises dirigées par les femmes est généralement les épargnes personnelles, ou la contribution de la famille et des amis

Tableau n°4 : Financement d'une nouvelle entreprise

Source de financement	Pourcentage de la population sondée
Propriétaire elle-même	72
Conjoint	13
Parent-es- et Amies	17
Banques et autre établissement	49
Organisme du gouvernement	2
Fournisseur	5
Autres	16
Total	193

Source : Kounta. S. (1997), « Caractéristiques de l'Entrepreneurship féminin au Mali », p.25.

⁴⁵ Ibid. p.12.

⁴⁶ Legare M-H, Louise S, Op.cit. p25.

2.2.2. Motivations des entrepreneures

La question du « *pourquoi des femmes deviennent-elles entrepreneures ?* » a fait l'objet de plusieurs recherches en comparant les entrepreneurs féminins aux entrepreneurs masculins. La principale motivation des femmes à vouloir entreprendre est le désir d'indépendance contrairement aux hommes à vouloir entreprendre pour désir de détenir plus d'argent.

Des études de (Cadieux, 2002 ; Holmquist, 1990 ; Kaplan, 1988)⁴⁷ confirment également que les femmes entrepreneures gèrent des petites entreprises pour des objectifs sociaux, alors que leurs homologues masculins entrepreneurs ont tendance à accorder une importance aux objectifs économiques (Kent, 1982).⁴⁸ D'autres femmes décident d'entreprendre afin de concilier entre la vie familiale et la vie professionnelle.

Pour d'autres observateurs (Edwards, 2005 ; Moore, 1997), devenir une femme entrepreneure est une question d'identité et d'estime de soi. D'autres femmes décident d'entreprendre afin de concilier entre la vie familiale et la vie professionnelle⁴⁹.

Pour Shaperro(1975)⁵⁰, les motivations entrepreneuriales sont regroupées en deux grandes catégories : les motivations de type push ou motivations de nécessité et les motivations de type pull ou motivations de volonté.

Les facteurs push représentent selon Cornet et Costantidinis (2004) les modes de création relevant de la nécessité, alors que les facteurs pull relèvent du désir ou de l'opportunité de créer une entreprise. Parmi les facteurs pull, l'étude de Carter et Cannon (1992)⁵¹ fait apparaître que le besoin d'indépendance et la satisfaction de posséder son entreprise

⁴⁷Bouzekraoui H. Driss F. (2015), « Les obstacles au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc », p.5.

⁴⁸ Ibid, p.5.

⁴⁹ Ibid, p.6.

⁵⁰. Ongodo. M, Nkaleu. R, (2009), « Influence des structures d'accompagnement sur les pratiques de gestion de 250 PME/PE camerounaises en phase de démarrage », Colloque International : « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11ème Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat », INRPME, Trois-Rivières, Canada, p.3.

⁵¹. Fernandez. B, Scotto. J, Fischer .F (2014), « *Entreprendre en France ? Les motivations des femmes* », p.3.

représente un facteur de motivation fort, pour les femmes entrepreneures, tout comme pour les hommes créateurs d'entreprise.

Pour les facteurs Push, on trouve le besoin d'argent, l'absence de structure de prise en charge des enfants en bas âge, des conditions de travail inacceptables. La rigidité des horaires de travail, une différence de rémunération importante entre hommes et femmes, une ségrégation dans l'attribution des postes, les frustrations d'un avancement bloqué, la désillusion quant aux relations traditionnelles des employés et des employeurs, l'articulation vie familiale-vie professionnelle est considérée comme un facteur de motivation à créer son entreprise pour le sexe féminin.

2.2.3. Les difficultés des femmes entrepreneures

L'accès au financement reste sans doute le plus grand obstacle pour les femmes entrepreneures. Cet obstacle est récurrent à cause de leur manque d'expérience (Hirsrich et Brush 1986) ce qui les oblige à emprunter des sommes moindres que leurs confrères masculins (Richer, 2007) (Forget, 1997) elles devraient donc être considérées comme un « très bon risque » par les organisations prêteuses.

Selon des études (Aldrich, 1989 ; Hurley, 1991 ; Scott, 1986 ; Forget, 1997)⁵², certains auteurs ont tenté de découvrir les différences entre les relations respectives des entrepreneurs hommes et femmes et leur institution bancaire en termes de discrimination en termes d'octrois de crédit. Selon certaines études (Riding et Swift, 1990 ; Coleman, 2000), les institutions financières offriraient des conditions de prêt défavorables aux femmes entrepreneures par rapport aux hommes. Par contre, d'autres études infirment la discrimination comme cause principale des conditions de prêt désavantageuses (Buttner et Rosen, 1992; Haines et al. 1999; Coleman, 2000; Orser, Riding et Manley, 2006).⁵³

D'autres recherches précisent que les femmes entrepreneures préfèrent de faire recours dans un premier lieu à leur propre argent ou à des prêts informels auprès de leur entourage, plutôt qu'à des prêts bancaires dans leur propre projet

⁵²Bouzekraoui H. Driss F, Op.cit .p.6.

⁵³Powers.T. (2009), « Les obstacles et les solutions des femmes entrepreneures des régions ressources au Québec », p.11.

En plus de ces problèmes de financement, les femmes doivent aussi faire face à des barrières personnelles pour devenir entrepreneures. Étant la responsable principale des enfants, de la maison et d'autres membres de la famille, peu d'entre elles peuvent consacrer tout leur temps, leur volonté et leur énergie à leurs affaires.

Un autre problème personnel qui empêche la femme entrepreneure à s'entreprendre est la difficile conciliation entre sa vie privée et sa vie professionnelle. Des études ont mis en exergue les difficultés que peuvent éprouver les femmes entrepreneures en tant que mères de famille. D'après des résultats de Fouquet (2005)⁵⁴ affirment que les femmes dirigeantes célibataires (ou veuves ou divorcées) créent plus car elles auraient moins de charges familiales.

Une autre enquête menée en France par l'agence pour la création d'entreprise sur « *L'entrepreneuriat féminin dans les PME et TPE françaises* » montre que 70 % des femmes chefs d'entreprises questionnées placent en tête parmi les difficultés liées l'arrangement entre leur vie professionnelle et leur vie familiale.

2.1.L'entrepreneuriat féminin dans le monde et son impact économique

L'entrepreneuriat féminin joue un rôle considérable et surtout connu par son point croissant. Sa croissance est rapide surtout dans les pays développés dans ce qui suit nous disposons de quelques chiffres représentant l'impact économique de l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial

⁵⁴BouzekraouiH, FerhaneD, Op, cit.P.07.

Tableau n°5 : L'impact économique féminin sur la croissance économique

Angleterre	En 2010, 34% des entreprises ont pour chef d'entreprise une femme (Geneviève Bel, 2009).
France	<ul style="list-style-type: none"> - 36% des sociétés et petites entreprises ont comme chef d'entreprise une femme (Eurostat, 2010). -30% environ des entreprises créées le sont par une femme et le taux de pérennité de ces entreprises à 3 ans est de 67% (contre 70% pour celles créées par des hommes). Ces chiffres ont peu évolué ces dernières années (INSEE, 2006).
Italie	-En 2008, le taux d'emploi des femmes est l'un des plus bas de l'Union européenne mais avec une évolution marquante : le nombre des entreprises féminines a augmenté deux fois plus vite que la moyenne nationale ces dernières années (WES, 2008).
États-Unis	<p>Selon les statistiques publiées par le Center for Women's Business Research (2005), aux Etats-Unis, jusqu'en 2005, 10,6 millions d'entreprises (47,7 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis ont été l'œuvre des femmes, avec un chiffre d'affaires de 2,5 trillions de dollars. Elles ont créé des emplois pour 19,1 millions de personnes (CWBR, 2005).</p> <p>-En 2007, les femmes détenaient 20,1% de plus d'entreprises qu'en 2002, soit 28,7% des entreprises américaines représentant 6,7% de la totalité des employés et générant 3,9% des revenus (contre 28,2% pour les hommes) (Census, 2007).</p> <p>-Les femmes créent chaque année plus d'entreprises que les hommes, et la croissance de leurs entreprises et des emplois générés est aussi plus forte. Le nombre d'entreprises comportant plus de 100 personnes a augmenté de 44% (Fiducial, 2006).</p>
Maroc	<p>-La Banque mondiale évalue à 19,44 % le taux d'entreprises dirigées par des femmes. Ces entreprises sont essentiellement des PME/PMI couvrant le secteur des services (37%), le commerce (31%) et l'industrie (21%) notamment le textile (Afem, 2004).</p> <p>-30 % des entreprises dirigées par des femmes ont une activité à rayonnement local, 44 % au niveau national et 21 % à une échelle internationale (Afem, 2004).</p>

Source : Bouzekraoui.H ,Ferhane. D,(2006), « les facteurs déclencheurs de l'entrepreneuriat féminin chez les étudiantes universitaires : revue de la littérature », p.3.

Ainsi, des études quantitatives démontrent que l'entrepreneuriat féminin est non seulement bon pour les femmes et leur autonomisation économique, mais aussi pour la croissance de leur pays. Aux États-Unis, les entreprises possédées par des femmes créent 12 millions d'emplois alors que les 500 plus grandes firmes, dégraissent annuellement entre 200 000 et 300 000 emplois. En Australie, 35% des entreprises appartiennent à des femmes, et responsable de 15% de la production domestique brute et participent à 20% de la création de nouveaux emplois.⁵⁵

Ainsi, d'après une étude de Hong Kong et Shanghai banking corporation (HSBC), menée auprès de 2800 entrepreneures, 40 % des entrepreneures sont de sexe féminin. A Hong-Kong, on trouve 48% des femmes à la tête de l'entreprise contre 52% pour les hommes. Les taux sont moins élevés dans le reste de la Chine (37%) et à Singapour (36%)

Il ne suffit pas que les femmes représentent une proportion importante du nombre d'entrepreneurs. Le plus important dans cette enquête est que les femmes démontrent aussi une grande efficacité dans la gestion de leur entreprises. Ainsi, plus de la moitié (51%) des entrepreneurs qui pèsent plus de 15 millions USD sont des femmes, contre 33% en Occident. Sur le continent, la fortune moyenne d'une entrepreneure s'élève à 4,6 millions USD contre 4 millions USD pour un homme.

En Tunisie, il y aurait plus de 5000 femmes chefs d'entreprises. Elles représentent plus de 15 % de l'ensemble des chefs d'entreprise⁵⁶. Une étude récente menée en 2013 par le nouvel Index Gender-GEDI⁵⁷ lancé par le groupe Dell fournit un outil de diagnostic qui permet aux pays d'aider les femmes entrepreneures à développer leurs projets.

Selon cet index, les États-Unis ont obtenu des scores élevés sur les indicateurs d'un point de vue institutionnel et la solidité de l'environnement entrepreneurial, ce qui les placent au premier rang du classement. Les autres pays en tête du classement sont l'Australie (n°2), l'Allemagne (n°3), la France (n°4) et le Mexique (n°5). Toutefois, malgré la forte

⁵⁵ChamberlinD, (1996). « Femmes entrepreneurs :Catalyseurs de transformation » p.4.

⁵⁶Zahra Arasti, « *L'entrepreneuriat Féminin En Iran : Les Structures socioculturelles* »,Revue Libanaise de Gestion et d'Economie ,Vol. 1, 2008 p.4.

⁵⁷Gender-GEDI est le seul index mondial qui permet de mesurer l'influence de l'entrepreneuriat féminin en fonction des aspirations individuelles, des contextes commerciaux et des écosystèmes entrepreneuriaux. Les entrepreneures influentes sont définies comme « innovantes et orientées vers le développement des marchés et l'export ».

croissance économique récente de l'Inde, celle-ci se classe au 16 rang. Parmi les autres rangs du classement, on cite le Japon (12), le Maroc (13), le Brésil (14), l'Égypte (15) et l'Ouganda (17).

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons essayé de faire un aperçu théorique sur le phénomène entrepreneurial ainsi qu'une présentation de certains éléments de recherches sur l'entrepreneuriat féminin. Nous avons présenté ensuite quelques expériences de l'entrepreneuriat féminin à l'échelle mondiale en identifiant les principales caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin.

Nous pouvons affirmer dès lors que l'entrepreneuriat féminin peut constituer une source non négligeable de la croissance, de la création d'emploi et du développement global durable et harmonieux dans un pays.

Le chapitre suivant présentera la réalité de l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien.

CHAPITRE II
L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ
DANS LE CONTEXTE ALGERIEN

CHAPITRE II

L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ DANS LE CONTEXTE ALGERIEN

Introduction

Durant ces dernières années, on a assisté à la multiplication du nombre d'entreprise créées par des femmes en Algérie. La montée de l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien est perçue par les experts comme un moyen pour contribuer à la dynamisation de l'activité économique et au développement global et durable de l'Algérie¹.

Dès lors, l'objet de ce chapitre est double. Dans un premier temps, nous présenterons un aperçu général de l'entrepreneuriat en Algérie ainsi que la place consacrée à la PME/TPE. Ce chapitre vise dans un premier temps à présenter un aperçu général sur l'entrepreneuriat en Algérie et de déterminer la place consacrée au PME/TPE. Deuxièmement, nous observons la place occupée par l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Section 1 : La PME/TPE, entité fondamentale du phénomène entrepreneurial

La création de petites et moyennes entreprises en Algérie ne cesse d'augmenter : elles constituent la grande partie du tissu économique. C'est dans ce contexte qu'il est important de bien présenter l'état de la situation de la PME/PMI en Algérie.

1.1. La PME/TPE en Algérie : cadre général

1.1.1. Quelques définitions

Jusqu'à 2001, il n'existe pas une définition officielle décrivant la PME en Algérie et l'Office National des Statistiques (ONS) a pris en considération le critère de l'effectif pour arriver à un classement des entreprises. Il définissait la PME comme étant une entreprise de production de biens et de services employant de 1 à 250 personnes.

¹Chaouche L. (2016), entre entraves et réalités. Le journal de l'emploi. <http://www.lejournaldelemploi.dz/entrepreneuriat/717-1%E2%80%99entrepreneuriat-f%C3%A9minin-en-alg%C3%A9rie-entre-entraves-et-realit%C3%A9>

En décembre 2001, l'adoption de la loi² d'orientation sur la petite et moyenne entreprise a conduit à une définition plus officielle inspirée de la définition adoptée par l'Union Européenne.

La définition de la PME adoptée par l'Algérie est basée sur les trois critères suivants : les effectifs, le chiffre d'affaires et le bilan annuel. La PME³, quelque soit son statut juridique, est définie comme étant une entreprise de production des biens et des services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars(DA), ou dont le total du bilan n'excède pas 500 millions de Dinars. Cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprises⁴:

• ***La moyenne entreprise***

Est une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions et 2 milliards de Dinars ou dont le total du bilan est compris entre 100 et 500 millions de Dinars.

• ***La petite entreprise***

Est une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de Dinars ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de Dinars.

• ***La très petite entreprise (TPE) ou micro-entreprise***

Est une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 Millions ou dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de Dinars.

1.1.2. Les composantes de la PME en Algérie et son évolution

1.1.2.1 : Les composantes de la PME en Algérie

A la fin des années 1980, l'Algérie a entraîné un développement important du parc des entreprises privées. Ce développement concerne le nombre de nouvelles entreprises créées ainsi que leur contribution dans les différents secteurs d'activités.

La population globale des petites moyennes entreprises à la fin du premier semestre 2013⁵, s'élève à 747934 entités, contenant les PME privées, publiques et même artisanales. Près de 99.93% de la totalité des entités sont constituées d'entreprises privées.

²La loi d'orientation N° 01-18 du 12 décembre 2011, portant sur la promotion de la P.M.E.

³ Journal Officiel de la république Algérienne N °77, 15 décembre 2001, Chapitre II. Article 4, p.5.

⁴ Ibid, p.5.

⁵Bulletin d'information statistique N °23 du ministère de la PME et de l'artisanat 2013, p.11.

En une année, il a été enregistré un total de 60 562 nouvelles entités créées de plus que la population de l'année 2012, représentant ainsi une progression annuelle de 8.82%.

Quant au nombre des PME du secteur public, on remarque une diminution enregistrée de l'ordre de 2.50% par rapport à 2012⁶.

a- Les PME privées

A la fin de l'année 2013, le nombre de PME privées déclarées⁷ par le ministère de l'industrie et de la petite moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement s'élève à 747.387 PME au niveau national. Ce nombre est réparti en :

- La catégorie des personnes morales, qui s'élève à 441 964 soit un taux de 59.09% du total ;
- La catégorie des personnes physiques, qui s'élève à 136 622, soit un taux de 18.27 % du total.

A ces chiffres, s'ajoutent plus de 168 801 artisans, représentant un taux de 22.57 % du total.

b- Les PME publiques

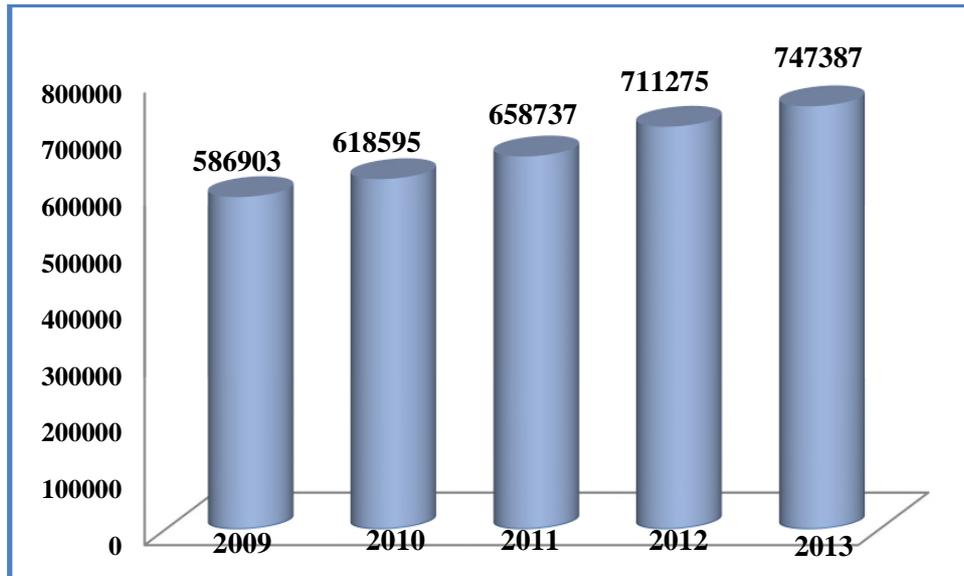
Le nombre des PME publiques, en 2013 s'élève à 547 entités. Un chiffre *qui n'a que diminué par rapport* à celui de l'année 2012 (561 entités). On remarque alors que sur un nombre total de 747 934, le nombre de PME du secteur public ne représente qu'une part minime de la sphère des PME Algérienne.

1.1.2.2. Évolution des PME privées

C'est le secteur privé qui prédomine dans la plupart des secteurs d'activités économiques et ce, malgré les difficultés et les obstacles que rencontrent les petits entrepreneurs. L'analyse des statistiques du ministère de la PME illustre la forte croissance continue du parc des PME privées en Algérie.

⁶ Bulletin d'information statistique, N °23, Op, cit, p.11.

Figure n°1 : Évolution du nombre des PME privées en Algérie, 2009-2013



Source : établi par nous-mêmes à partir des données de ministre de la PME.

La figure ci-dessus illustre une évolution de la population des PME privées depuis 2009. Cette dynamique dans la création de nouvelles entreprises durant ces dernières années est le résultat des politiques d'encouragement à la création d'entreprises privées.

1.1.3. Les caractéristiques des PME privées algériennes

Le secteur privé en Algérie présente un certain nombre de caractéristiques⁸ dont les principales sont les suivantes :

- Malgré leur croissance rapide et soutenue en termes de créations nouvelles, les PME privées algériennes se heurtent, dans leur très grande majorité, à des difficultés de survie dues à diverses raisons endogènes et exogènes.
- Elles présentent une caractéristique sociologique tenace et largement répandue : celle d'être des entreprises familiales dotées de statuts juridiques privilégiant très largement l'Entreprise personnelle, l'EURL, et dans une moindre mesure, la SARL. Quant à la SPA, elle demeure très peu répandue, quoique l'on note depuis quelques années une progression de ce statut juridique ;
- Leur gestion reste soumise à un modèle familial : le propriétaire unique ou principal, entouré de personnels recrutés dans le giron familial, assure lui-même la gestion et concentre entre ses mains la quasi-totalité du pouvoir décisionnel, des responsabilités et des prérogatives. La maîtrise des méthodes modernes de management y demeure

⁸ La PME privée comme cible prioritaire. <http://www.algeriacorporategovernance.org/pme-prive.php>.

insuffisante et le recours au conseil et à l'expertise extérieure ne s'effectue que très exceptionnellement.

1.1.4. Les contraintes au développement des PME/PMI en Algérie

Les PME algériennes sont soumises à des contraintes multiformes d'intensité variable. Nous développons ci-dessous les plus importantes :

1.1.4.1. Les contraintes financières : l'accès au financement, notamment à moyen et à long terme, est l'un des principaux obstacles qui bloquent le développement de la PME/PMI en Algérie. Le taux d'intérêt élevé, la lourdeur des procédures d'octroi de crédit, le coût élevé du crédit, les garanties excessives exigées par les banques, les délais de traitement des demandes de crédit et des opérations trop longues et un système de fiscalité ordinaire lourd, ce sont autant de difficultés qui bloquent le processus de création d'entreprise en Algérie.

1.1.4.2. Les contraintes administratives : La lourdeur et la complexité des procédures administratives, le manque de transparence dans le traitement des dossiers, le non engagement des institutions concernées, le manque de coordination et de connexion entre les divers organismes impliqués, l'absence de structures d'accueil et d'encadrement freinent la création des PME/PMI en Algérie. La difficulté d'identifier l'entité habilitée à délivrer une autorisation d'exploitation pour une PME décourage l'initiative privée et limite la volonté des entrepreneurs dans chaque étape du processus de création des PME.

1.1.4.3. Les contraintes d'informations⁹ : Le manque d'information constitue l'un des principaux obstacles que doivent affronter les dirigeants des PME désireux se lancer dans la conquête d'un marché extérieur. Mais la réalité de l'économie algérienne est caractérisée par un manque de disponibilité de l'information. Parmi les déficits d'informations à caractère économique, financier et commercial, on peut souligner :

- L'absence d'un système d'information national ;
- Le manque de données statistiques et des études de marché ;

⁹Gaboussa A, Korichi Y, Lekhal K (2013) ,« *Les PME en Algérie : État des lieux, contraintes et perspectives* », Revue université de Ouargla, numero4-2013/1849, p.51.

- Les difficultés d'accès aux sources d'informations spécialisées et à l'internet qui est jusque-là peu utilisée dans le monde des affaires (80 % des PME algériennes n'ont pas accès à internet)¹⁰ ;
- L'indisponibilité des données et d'orientations sur les opportunités d'investissements ;
- Le manque d'informations sur la concurrence et les pratiques des opérateurs économiques.

1.2. L'entrepreneuriat en Algérie : genèse et évolution

L'histoire économique de l'Algérie depuis l'indépendance a connu trois périodes différentes du développement de la PMI/PMI. La majorité des PME en Algérie ont émergé à partir de la fin des années 1980 ; avant cette date, la PME n'a joué qu'un rôle secondaire dans le développement socio-économique de l'Algérie.

1. 2.1. La période de planification socialiste 1962-1982

Avant l'indépendance de l'Algérie, les PME qui existaient étaient sous l'emprise du colonialisme français. Ces PME étaient ensuite intégrées, à partir de 1967, dans le patrimoine des sociétés nationales. Cette période est caractérisée par une économie planifiée à prédominance publique et une industrialisation basée sur l'industrie de biens d'équipements et des produits intermédiaires¹¹.

À vrai dire, la PME a été considérée durant cette période comme « *appoint* » au secteur public car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de secteur public et l'essor de la grande entreprise publique se conjugue avec le frein du secteur privé.

En 1963, le premier code d'investissement a été promulgué, mais ce code n'a pas abouti aux résultats attendus pour développer le secteur des PME-PMI et ce, malgré les avantages, faveurs et les garanties accordées aux investisseurs. Suite à cet échec, un nouveau code des investissements N°66/284 a été promulgué en date du 15/09/1966. Ce code a essayé de donner au secteur privé son rôle dans l'activité économique tout en gardant une place prédominante pour le secteur public. Ce code a donné également naissance à la Commission Nationale des Investissements (CNI), un organisme qui délivre

¹⁰ Mohamed S. (2010), L'économie nationale déconnectée. <http://www.lexpressiondz.com/actualite/75568-80%25-des-PME-n%E2%80%99ont-pas-acc%C3%A8s-%C3%A0-Internet.html>:

¹¹ Gharbi S, « *Les PME/PMI en Algérie : état des lieux* », Documents de travail n°238, Université de la littorale côte d'opale laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, 2011, p.5.

des agréments pour tout investisseur et entrepreneur privés. Cependant, la PME/PMI a n' marqué réellement son démarrage qu'à partir du premier plan quadriennal (1970-1973).

A noter que la commission nationale des investissements n'a ajouté que la complexité et lourdeur administrative et bureaucratique pour l'obtention de l'agrément, ce qui a fait dissoudre la CNI en 1981. A cette époque, la PME/PMI a été considérée comme supplément au secteur public : elle se limitait à l'investissement dans les petites industries de transformation avec des perspectives et des choix économiques réduits.

1.2.2. Les réformes visant l'encadrement et l'orientation de l'entreprise privée (1982-1988)

Cette période a connu plusieurs réformes mais toujours sous le système d'une économie administrée. Les deux plans quinquennaux en faveur du secteur privé (1980/1984) et (1985/1989) illustrent les tentatives de réformes entamées pour l'orientation et l'encadrement de la PME. Le nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement (loi du 21 octobre 1982) a dicté un ensemble de mesures favorables aux PME telles que :¹²

- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières ;
- L'accès, même limité, aux autorisations globales d'importations (A.G.I) ainsi qu'au système des importations sans paiement ;
- Un système de l'importation sans paiement.

Cette période est caractérisée également par certains obstacles aux PME tels que :

- Le financement par les banques ne dépasse pas 30 % du montant total de l'investissement ;
- Les montants investis sont limités à 30 millions de DA pour la société à responsabilité limitée (SARL) ou par actions et à 10 millions de DA pour l'entreprise individuelle ou au nom collectif ;
- L'interdiction de posséder plusieurs affaires.

¹²Bouira. N. (2014), « Développement et perspective des PME algérienne », Mémoire de magister en management, option : stratégie, Université d'Oran, p.41

1.2.3. La période de libéralisation tout azimut et de relance de la PME (1988 à nos jours)

A partir de 1988, l'Algérie a connu une phase de transition d'une économie vers l'économie de marché. Ce changement lui a permis d'établir des relations avec les institutions internationales telles que le Fonds Monétaire International (FMI) et Banque Mondiale (BM) pour diminuer la dette extérieure de l'Algérie et appliquer un régime de politique monétaire, financier et commercial. L'État a mis en place un nouveau cadre législatif, a engagé plusieurs réformes visant le redressement économique et a mis en place un système juridique pour le développement de l'investissement et la promotion de la PME.

L'assouplissement de la législation a été graduellement entamé à partir de 1988, grâce à l'introduction de la loi 88-25 du 19/07/1988, qui a libéré le plafond de l'investissement privé et a ouvert à ce dernier d'autres créneaux. C'est ainsi que le nombre des PME/PMI privées est passé à 19 843 entreprises.¹³

Ces réformes vont aboutir à la promulgation d'un code d'investissement adopté par le décret législatif du 05 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce code va non seulement consacrer définitivement la liberté d'investir, mais aussi accorder des avantages substantiels aux investisseurs, qu'ils soient nationaux ou étrangers, en garantissant leur égalité devant la loi. Une Agence de Promotion de Soutien et de Suivi des Investissements (*APSI*) a été créée et chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs.¹⁴

A partir de 2000, le poids de la PME/PMI a nettement augmenté, le nombre a plus que doublé, et en 2001, avec la promulgation du code des investissements (Ordonnance N°01/03 du 20/8/2001), les pouvoirs publics ont renforcé les dispositions relatives au développement des investissements productifs par une nouvelle loi d'orientation sur la PME, visant la promotion de l'entrepreneuriat. Cette procédure a fixé des mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise, ainsi que la création d'un fonds de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME/PMI. Ainsi,

¹³ Gharbi S., Op, Cit, P.6.

¹⁴ Oukaci M , (2010), « Essai de mesure de la contribution de la connaissance à la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaïa », Mémoire de Magister en en Sciences de Gestion, Option : Management Économique des Territoires et Entrepreneuriat, p.65.

la création les différents mécanismes mis en place par l'Etat avait pour ambition la création de 2 millions d'emplois et de 100000 PME à l'horizon de 2010.¹⁵

Section 2 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Dans cette section, nous présenterons l'état des lieux de la situation de l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien.

2.1. Les dispositifs d'appui et d'accompagnement à la création des entreprises en Algérie

Afin de faciliter l'accès au financement des PME, les pouvoirs publics ont mis en place un certain nombre de dispositifs. Ces dispositifs sont soutenus par la création d'agences nationales d'aide au financement des projets entrepreneuriaux, principalement lorsqu'il s'agit du micro-financement. Ces structures sont au nombre de trois : Agence Nationale de soutien à l'emploi des jeunes, Agence Nationale de Gestion de Micro-crédit et la Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

Ces dispositifs permettront aux femmes de toutes les régions du pays de créer leurs propres entreprises et de concrétiser leurs projets, et à celles déjà en activité d'agrandir leurs investissements et de créer plus de richesses et d'emplois.

2.1.1. Le dispositif ANSEJ

Ce dispositif est mis en place depuis 1997 ; il vise le soutien à la création et le financement de la micro-entreprise par des jeunes dont la tranche d'âge comprise entre 19-40 ans pour des montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions de dinars. Sa mission est de favoriser la création des activités des biens et services par des jeunes promoteurs ainsi que d'encourager toutes formes d'actions et des mesures tendant à promouvoir l'emploi des jeunes. Il peut concerner deux types d'investissement : celui de la création ou de l'extension du projet.

2.1.1.1. Les modes de financement proposés par l'ANSEJ

L'ANSEJ propose deux formules de financement : un financement triangulaire et un financement mixte.

¹⁵Oukaci .M, Op, Cit, p.66.

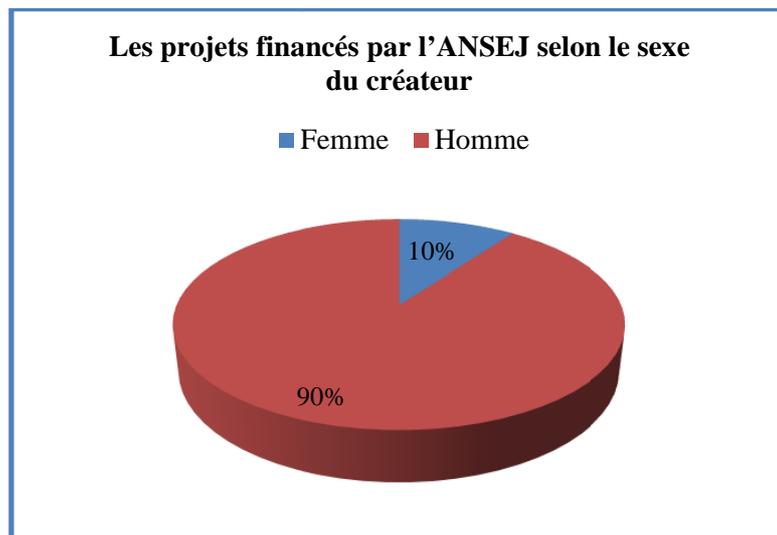
Tableau n°6 : Modes de financement proposés par l'ANSEJ

	Financement triangulaire	Financement mixte
Apport personnel	1% à 2%	71% à 72%
Prêt sans intérêt ANSEJ	29% à 28%	29% à 28%
Crédit bancaire	70%	Néant

Source : D'après les Statistiques de l'ANSEJ, Consultables sur le site : <http://www.ansej.dz>

Pour le financement mixte dont la prise en charge se fait conjointement par l'initiateur du projet et par l'ANSEJ, cette aide prend la forme d'un crédit sans intérêt complétant l'apport financier personnel de l'investisseur. Quant au financement triangulaire qui est basé sur la participation du porteur du projet d'un apport personnel de 1 à 2% du coût total du projet, celui-ci ne dépasse pas 2 millions de DA. Le reste est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ et un crédit bancaire.

Figure n°2 : Les projets financés par l'ANSEJ selon le sexe du créateur au 31/12/2015



Source : Établi par nous-mêmes à partir des données de l'ANSEJ. Consultables sur le site <http://www.ansej.dz>

Sur un total de 356.718 projets lancés dans la cadre de l'ANSEJ, 35.639 ont été créés par des femmes, soit un taux de 10%. Ces entreprises ont contribué à la création de 96.546 emplois dans tous les secteurs d'activité confondus, selon un bilan de l'ANSEJ arrêté au 31 décembre 2015¹⁶.

¹⁶D'après les Statistiques de l'ANSEJ. Consultables sur le site : <http://www.ansej.dz>

2.1.2. Le dispositif ANGEM

L'Agence Nationale pour la Gestion du Microcrédit (ANGEM), créée en 2004, vise le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto-prendre en charge en créant leur propre activité.

Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.

Le dispositif permet deux (02) formules de financement¹⁷ :

- **1^{ère} Formule : Prêts pour Achat de Matières Premières (ANGEM – Promoteur)**

Il s'agit de microcrédits non rémunérés octroyés directement par l'ANGEM au titre de l'achat de matières premières. Ils ne dépassent pas les 100.000 DA. Ils sont destinés à financer ceux ou celles disposant d'un petit équipement et outillage mais qui sont dépourvus de moyens financiers pour l'achat de matières premières pour entreprendre et/ou relancer une activité. Ce montant est élevé à 250000 DA au niveau de dix wilayas du Sud. La durée de remboursement ne peut dépasser 36 mois.

- **2^{ème} Formule : Financement Triangulaire (ANGEM – Banque – Promoteur)**

Concerne des crédits octroyés par la banque et l'ANGEM au titre de création d'activité par l'acquisition de petits matériels, matières premières de démarrage et au paiement des frais nécessaires au lancement de l'activité. Le montant du projet est plafonné à 1.000.000 DA.

Le financement se présente comme suit :

- Un prêt bancaire de 70%, bonifié à 100%;
- Un prêt ANGEM non rémunéré de 29% ;
- Un apport personnel de 1% par le dispositif prévoit la formule suivante :

Ce dispositif a également pour objectif la promotion de la femme rurale, contrairement aux autres dispositifs. L'ANGEM dispose, à cet effet, d'un crédit qui n'exige de la femme ni diplôme, ni attestation de travail. Une femme au foyer peut décider d'activer chez elle et solliciter un crédit dont le montant s'élève à 3 millions de centimes, sans intérêt, remboursable sur 15 mois.

¹⁷ D'après les données de l'ANGEM consultables sur le site : <http://www.angem.dz>

Tableau n°7 : Les projets financés par l'ANGEM selon le sexe du créateur au 31/12/2015

Genre	Nombre	Part en (%)
Femmes	476.834	62.42%
Hommes	287.120	37.58%
Total	763.954	100%

Source : Établi par nous-mêmes à partir des statistiques de l'ANGEM. Consultables sur le site : <http://www.angem.dz>

Selon le bilan de 31 décembre 2015 de l'Agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM), plus de 62% des bénéficiaires de micro-crédits sont des femmes. Depuis le lancement de ce dispositif de soutien à l'emploi en 2005 jusqu'au 31 décembre 2015, l'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) a financé et mis en place 763.954 micro-entreprise au niveau national. Près de 476.834projets ont été réalisés par des femmes, soit une présence féminine sur plus de 62.42% projets.

Selon le même bilan fait également ressortir que sur les 135.794 bénéficiaires de micro-crédits à la fin de l'année 2015 de la tranche des 40 à 49 ans, 72,34% sont des femmes. Alors que pour les 75.091 bénéficiaires âgés entre 50 et 59 ans, les femmes représentent 77,23%, et sur 28.401 bénéficiaires ayant 60 ans et plus, 75,01% sont de sexe féminin. Par conséquent, on remarque que le dispositif ANGEM est très sollicité par les femmes.¹⁸

2.1.3. Le dispositif CNAC

La CNAC prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservées aux chômeurs promoteurs de 30-50 ans, ayant perdu leur emploi pour des raisons économiques et inscrits à l'ANEM depuis au moins 1 mois. Le coût maximum de l'investissement est fixé à 10 millions de dinars. Les services assurés aux promoteurs par le dispositif intègrent à la fois :

- L'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de business plan ;
- Les aides financiers : prêts non rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet et bonification des intérêts bancaires ;

¹⁸Sid Ahmed. S, (2016), Angem: plus de 62% des bénéficiaires de micro-crédits sont des femmes. <http://www.lejournaldelemploi.dz/points-de-rep%3%A8res/712-angem-plus-de-62-des-b%3%A9n%3%A9ficiaries-de-micro-cr%3%A9dits-sont-des-femmes>:

- L'assistance à l'obtention du financement bancaire (70% du coût global du projet) à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comité de sélection, validation et de financement des projets et la garantie des crédits par le fonds de caution mutuelle Risques/crédits investissements pour les chômeurs promoteurs 30-50 ans.

Les investissements à réaliser dans ce cadre reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC à travers le montage suivant¹⁹ :

- Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet ;
- Financement CNAC : 28 à 29% du coût global du projet (Non rémunéré) ;
- Financement bancaire : 70% (intérêts bonifiés) ;
- Avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation) ;
- Coaching et formation à la gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise ;
- Validation des Acquis Professionnels (V.A.P).

En effet, jusqu'à la fin de l'année 2014, à travers les 48 wilayas, la CNAC a financé plus de 100 000 micro-activités, engendrant plus de 228 000 emplois. La participation de la femme est en nette évolution, passant de 10% en 2013 pour atteindre 12% en 2014²⁰.

2.2. Données statistiques sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Au cours de ses dernières années, on assiste à une croissance du nombre des entreprises créées par les femmes mais ce phénomène reste encore mal cerné en Algérie. Ce constat a été confirmé par Anne GILLET, qui dans une interrogation, met en relief les particularités de ce groupe d'être «minoritaire et parfois privilégié ».

Le même auteur réaffirme, Malheureusement, qu'aucune recherche à sa connaissance n'existe aujourd'hui sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie »²¹.

Sur une population active estimée en 2015 à près de **12 millions** de personnes, seulement

¹⁹ Debbih Z, (2014). « Le rôle de la politique publique dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : entre réalité et attentes. », Les 5^{èmes} journées scientifiques internationales sur l'entrepreneuriat, Biskra, p.9.

²⁰ D'après le soir d'Algérie du 05/06/2016. <http://www.lesoirdalgerie.com>

²¹ Gillet. A,(2003). « *Les femme créatrices de PME en Algérie : motivation, parcours socioprofessionnel et stratégie d'existence* », Groupe de Recherche Interdisciplinaire sur les organisations et le travail (G.R.I.O.T.), Centre de Recherche en Économie Appliquée au développement (C.R.E.A.D.), Alger. p.4.

2,3 millions sont des femmes²².

En Algérie le pourcentage d'entrepreneurs féminins reste très faible, que ce soit par rapport au pourcentage d'entrepreneurs masculins ou par rapport à la proportion de femmes dans l'ensemble de la population. Elles ne représentent que **6%**, selon les statistiques du Centre national du registre du commerce.

Selon Mounia Meslem, ministre de la solidarité nationale, de la famille et de la condition de la femme, le nombre de femmes entrepreneures a augmenté d'environ 18% durant ces cinq dernières années. L'augmentation n'est peut-être pas très significative, mais elle reflète l'intérêt croissant que porte la gent féminine au domaine de l'entrepreneuriat.

Selon les chiffres du Centre National du Registre du Commerce (CNRC) en témoignent, l'Algérie comptait vers la fin 2015, 136.204 femmes d'affaires contre 130.416²³ en 2014 et 115.241 en 2010. Ces femmes entrepreneures sont réparties en deux catégories : les femmes commerçantes gérantes d'entreprises (personnes morales) et les femmes commerçantes (personnes physiques).

C'est à Alger (la capitale) que se trouve le plus grand nombre de femmes entrepreneures avec un nombre de 14.247 (11,6%) du total national des femmes d'affaires), suivie d'Oran avec 8.809(7,2%), de Tlemcen avec 5.400 (4,4%), de Sidi Bel Abbes avec 5.162 (4%). A Constantine, 5.110 commerçantes y exercent (4,2%), 4.512 à Blida (3,7%), 4.249 à TiziOuzou(3,5%), 3.843 à Chlef (3,1%) et 3.281 à Tipaza (3,1%). Mais à part Tindouf et Ilizi, il existe dans les autres wilayas restantes entre 1.000 et 3.000 femmes commerçantes. En moyenne nationale, il existe donc 2.856 femmes commerçantes par wilaya. Ces chiffres sont loin de représenter la réalité, sachant qu'ils recensent uniquement les femmes chefs d'entreprises inscrites au dispositif CNRC, sans inclure le nombre considérable de femmes entrepreneures associées dans des entreprises et qui exercent dans l'informel.²⁴

Mme Mounia Meslem²⁵, relève à l'occasion du 8 mars, que l'année 2015 compte la création de **5.032** entreprises englobant **12.548** postes de travail. Pour ce qui est des différentes activités qui attirent en premier lieu les femmes.

²²Entrepreneuriat féminin en Algérie, (2016): faible progression de la participation féminine

<http://www.1001infos.net/algerie/entrepreneuriat-en-algerie-faible-progression-de-la-participation-feminine.html>:

²³ Nourhane. S (2016), « femmes d'affaires recensées en Algérie ». <http://www.algerie-focus.com/2016/03/8-mars-136-204-femmes-daffaires-recensees-en-algerie/>:

²⁴ idem.

²⁵ Benhamed. W (2016), *L'APW d'Alger honore la femme palestinienne et des moudjahidate algériennes*. <http://www.elmoudjahid.com/fr/actualites/91552>:

Selon une enquête du Centre de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle (CRASC) sur les atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, menée sur un échantillon composé d'une centaine de femmes entrepreneurs, 72% sont issues d'un milieu urbain, 44,7% sont mariées et 42,4% sont célibataires. 81,2% d'entre elles sont diplômées alors que 24,7% ont un niveau d'instruction supérieur. A propos de leur rôle dans la vie professionnelle et familiale, elles sont 50,6% à estimer que leur carrière professionnelle est importante, contre 27,1% à privilégier leur rôle de mères au détriment de leur travail. Elles sont, par ailleurs, 65,9% à préférer travailler dans un milieu mixte contre 28% qui auraient aimé évoluer dans un milieu exclusivement féminin. 51,8% d'entre elles ont affirmé que l'idée du projet leur est venue de la formation qu'elles ont suivie et l'expérience acquise au cours de leur carrière. 67% affirment ne pas avoir bénéficié des services de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ). 28,2% de ces femmes ont affirmé que le montage financier de l'entreprise est une affaire de famille dans la mesure où elles n'ont utilisé que leur fonds personnel et de famille alors que 16,5% ont bénéficié d'un crédit bancaire en plus de leurs fonds propres.

S'agissant des secteurs d'activité les plus investis par ces femmes, figure en premier lieu celui des services avec 57%. 90% d'entre elles gèrent elles-mêmes leurs entreprises, consacrant pour 52,9% d'entre elles 8 à 10 heures par jour à l'activité professionnelle. 92% de ces femmes d'affaires souhaitent développer leurs entreprises en dépit des problèmes auxquels elles font face, notamment les impôts (34%), le problème de l'accès aux crédits (22,3%) et les responsabilités familiales (17,6%).²⁶

2.1. Les contraintes à l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Les femmes chefs d'entreprises en Algérie font face à plusieurs obstacles qui entravent leur parcours professionnel, malgré leur présence dans différentes sphères du champ économique et social.

Socialement, il existe des stéréotypes et des schèmes qui assignent à la femme un rôle social bien défini avant tout. Être entrepreneure pour une femme, peut être un combat perpétuel contre, d'abord ces stéréotypes, ensuite contre son entourage. En effet, l'acte de créer une entreprise doit passer par l'accord de toute la famille, à savoir les hommes (père, frère ou époux, etc.), ce qui n'est pas le cas pour ces derniers dans la même perspective. En

²⁶Mebtoul A. (2010), *Quelle place pour l'entrepreneuriat féminin en Algérie?*, Article paru dans www.algeria.com:

outre, si la famille peut constituer un avantage pour certaines femmes qui aspirent s'engager dans les affaires (participation au financement, soutien en cas de crise, etc.) mais l'entourage constitue aussi un inconvénient (opposition dans la création de l'entreprise, charges familiales insurmontables, etc.).²⁷

Selon Remaoun-Benghabrit et Y. Rahou, dans une enquête menée auprès des femmes entrepreneures, les principales difficultés que rencontrent ces femmes sont²⁸ :

2.3.1. L'accès difficile au marchés : Le marché des appels d'offres insuffisamment structuré.

2.3.2. L'environnement à risque : Les femmes entrepreneures considèrent que l'environnement dont elles exercent leurs activités est un environnement hostile (vol, kidnapping, harcèlement, etc.).

2.3.3. La difficile conciliation entre la vie familiale et la vie professionnelle : **Trouver** un équilibre entre le travail et la famille est un sérieux problème pour les femmes. Il est plus prononcé dans notre société où les femmes sont censées prendre soin de leur ménage, de leurs maris et de leurs enfants.

2.3.4. La difficulté de gestion de l'entreprise : Une perception des difficultés de gestion de l'entreprise plutôt inégalitaire. Un peu plus du 1/3 des entrepreneures estiment que les femmes connaissent plus de difficultés dans la gestion plus que les hommes.

2.3.1. Les charges professionnelles et fiscales : toutes les femmes entrepreneures déclarent que parmi les grands problèmes auxquels les femmes sont confrontées sont ceux liés à la difficulté du paiement des charges professionnelles et fiscales.

2.3.2. Valeurs socioculturelles négative : La femme entrepreneure algérienne subit des contraintes liées aux mentalités conservatrices de la société²⁹.

²⁷Chalal F. (2011), « Les trajectoire personnelle et socio professionnelles des femmes entrepreneures en Algérie .le cas de la wilaya de Bejaia », Mémoire de magister en sociologie, université A. Mira de Bejaia, p.35.

²⁸Dif A. (2010), « L'entrepreneuriat Féminin Cas de la wilaya d'Oran » Mémoire de magister en Science commercial. Option : Management des entreprises, université d'Oran Es-Senia, p.35.

2.3.7. Le problème d'accès au financement : En Algérie, la difficulté d'obtenir des crédits bancaires et les taux d'intérêts élevés constituent les principaux obstacles à l'investissement féminin, en termes de garantie, d'exigences administratives et des procédures demeurant trop longues et compliquées³⁰. En effet, selon Mme Khedidja Belhadi, chef d'entreprise et présidente de l'Association des algériennes managers et entrepreneurs, « on demande plus de garanties aux femmes qu'aux hommes, au contact et à la formation ce qui ne les encourage pas à s'approcher de l'investissement et à la création d'entreprises en Algérie». ³¹

Conclusion

Ce chapitre montre qu'actuellement, les PME en Algérie sont les préoccupations majeures de l'État puisque l'investissement du secteur privé est le plus actif dans la création des richesses, de l'emploi et de l'investissement, et que ces mesures mises en œuvre ont encouragé et stimulé les femmes algériennes à se lancer dans le monde de l'entrepreneuriat. Cependant, malgré ces opportunités offertes par l'État ces dernières années, l'entrepreneuriat féminin reste faible au sein du tissu de l'entrepreneuriat national en général.

Après cette analyse de l'état des lieux de l'entrepreneuriat dans le contexte algérien, le chapitre suivant portera sur une étude empirique portant sur les femmes entrepreneures de la région d'Akbou.

²⁹Taya Y,(2008) « *l'émergence des femmes entrepreneures au Maghreb*», Colloque international sur l'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : « Opportunité, contrainte et perspective », Hôtel Hilton , Alger.

³⁰Chalal F, Op, Cit, p.55

³¹ Souad.(2007), *Les crédits bancaires en Algérie*, Synthèse paru dans www.algerie-dz.com

CHAPITRE III
L'ENTREPREUNARIAT FÉMININ
DANS LA REGION D'AKBOU

CHAPITRE III

L'ENTREPREUNARIAT FÉMININ DANS LA REGION D'AKBOU

Introduction

L'objet de ce chapitre est d'exposer les résultats de notre enquête de terrain réalisée sur un échantillon de femmes entrepreneures activant dans la région d'Akbou.

Dans ce chapitre, nous faisons l'hypothèse que les femmes entrepreneures sont motivées par plusieurs facteurs qui les poussent à s'engager dans la vie entrepreneuriale. Cependant, l'activité de ces femmes s'est heurtée souvent à des obstacles non seulement d'ordre financiers (comme la plupart des observateurs le laissent penser) mais plutôt par des obstacles socioculturels liés à l'influence de l'entourage et de la famille.

Ce chapitre est scindé en trois sections. La première brosse un panorama général sur l'entrepreneuriat féminin aussi bien dans la wilaya de Bejaia que dans notre région d'étude : Akbou. La deuxième section exposera les outils méthodologiques sur lesquels s'appuie notre étude de terrain. La troisième section, enfin, présentera les résultats de notre enquête.

Section 1 :L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia et dans la région d'Akbou

L'objet de cette section si double. Dans un premier temps, nous allons donner un petit aperçu sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia. Plus spécifiquement, il s'agit de présenter les projets financés par les trois dispositifs d'accompagnement à la création des PME, en l'occurrence l'ANGEM, la CNACet l'ANSEJ¹. Dans un deuxième temps, nous allons présenter d'une manière microscopique le terrain de notre étude, en l'occurrence la région d'Akbou.

1.1.L'importance de la PME dans la wilaya de Bejaia

La wilaya de Bejaia occupe une place importante dans des PME privées sur le territoire national : elle figure parmi les wilayas qui occupent les premiers rangs en termes de

¹ En les classant selon le niveau d'instruction et le secteur d'activité.

création des entreprises à l'échelle nationale, après les grandes métropoles (Alger, Oran et Annaba).

Les entreprises les plus importantes, qui se répartissent sur le territoire de la wilaya, se localisent là où sont concentrés les grands parcs d'activité, c'est-à-dire les zones industrielles et les zones d'activité (Bejaia, El Kseur et Akbou).

Tableau n°8 : Évolution de la population des PME privées et de l'emploi dans la wilaya de Bejaia

Année	31/12/2013	31/12/2014
Nombre de PME privée	17164	18929
En %	99.76%	99.78%
Emploi PME privées	50718	53151
En %	95.37%	95.57%

Source : direction des mines et d'industrie, Bureau d'industrie de la wilaya de Bejaia.

Selon la direction des mines et de l'industrie de la wilaya de Bejaia, le nombre total des PME privées localisées dans la wilaya de Bejaia a atteint près de 18929 PME vers fin 2014, employant environ 53151 personnes.

1.2. L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia

Après avoir donné un aperçu général sur l'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia, nous allons présenter dans cette sous-section l'apport des femmes à la création des PME.

Tableau n°9: Répartition du nombre de PME privées dans la wilaya de Bejaia par genre au 31.12.2012

Nature des PME	Nombre des PME	Part des PME en
PME féminine	1152	7,68 %
PME masculines	13848	92,32 %
Total	15000	100 %

Source : Établi par nous-mêmes à partir des données collectées au niveau de la direction de la PME de la wilaya de Bejaia.

Selon la direction de PME de la wilaya de Bejaia, à la fin de 2012, les PME privées masculines représentent un taux de 92,32 % contre 7,68 % PME privées féminines au 31/12/2012

Tableau n°10 : Répartition des PME féminines dans la wilaya de Bejaia selon l'effectif

Taille	Nombre	Pourcentage
TPE	1115	96,78
Petite entreprise	35	3,05
Moyenne entreprise	2	0,17
Total	1152	100

Source : Établi par nous-mêmes à partir des documents de la direction de PME et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia

Ce tableau montre que les entreprises créées par les femmes de la wilaya de Bejaia sont des Très Petites Entreprises (TPE) qui représentent 96.78% de la totalité des PME féminines, soit 1115 entités, alors que la Petite entreprise représente 3,05% et Moyennes Entreprises ne représentent que 0.17%.

1.3. Le Financement de l'entrepreneuriat féminin par les dispositifs à la création d'entreprise

Cette partie a pour objectif de présenter le nombre de projets créés par les femmes dans le cadre des trois dispositifs d'accompagnement (ANGEM, CNAC et ANSEJ) à la création des PME/PMI dans la wilaya de Bejaia. Cette présentation est réalisée en fonction du secteur d'activité et du niveau d'instruction.

Tableau n°11: répartition des projets financés par l'ANGEM selon le niveau d'instruction

	Répartition des femmes selon leur niveau d'instruction					Total
	2011	2012	2013	2014	2015	
Primaire	224	383	263	367	275	1512
Moyen	421	744	598	736	558	3057
Secondaire	156	289	192	340	273	1250
Universitaire	5	13	30	66	52	166
Sans	242	373	309	617	560	2101
Total	1048	1802	1392	2126	1718	8086

Source : Établi par nous-mêmes à partir de l'Exploitation des données d'ANGEM de la wilaya de Bejaia

La lecture du tableau montre le niveau d'instruction des femmes financées par le dispositif ANGEM de la wilaya de Bejaia. Nous constatons que les femmes financées

disposent des niveaux d'instruction différents. Nous avons remarqué que les femmes ayant un niveau moyen sont les plus incitées à entreprendre, avec un effectif de 3057 projets. Suivent ainsi les femmes sans instruction avec 2101 projet, puis de femmes ayant respectivement un niveau secondaire et puis universitaire, qui ont connu une croissance notable durant les cinq dernières années.

Tableau n°12 : Répartition des projets financés par ANGEM de la wilaya de Bejaia selon le secteur d'activité (2011-2015).

	Nombre de projet créés par les femmes					Total Secteur
	2011	2012	2013	2014	2015	
Artisanat	952	1609	139	56	79	2835
Industrie	1	34	1086	1821	1421	4363
Services	4	11	54	72	65	206
BTP	0	0	1	0	0	1
Agriculture	91	148	111	171	141	662
Commerce	0	0	1	6	12	19
Total	1048	1802	1392	2126	1718	8086

Source : Établi par nous-mêmes à partir de l'Exploitation des données de l'ANGEM de de la wilaya de Bejaia

Dans ce tableau, nous remarquons que le nombre de projets créés par les femmes dans le cadre du dispositif ANGEM de la wilaya de Bejaia durant ces dernières années (2011-2015) est de 8086 projets. A travers le profil de ces femmes qui ont bénéficié du financement des projets ANGEM, nous constatons que ces femmes sont toujours présentes dans l'industrie avec 4363 projet. Elles ont même franchi le nombre de femmes entrepreneures activant dans d'autres secteurs, en l'occurrence l'artisanat (2835 projets), l'agriculture (662 projets), et les services (206 projets) et le BTP (inexistant)

Tableau n°13 : Répartition des projets financés par la CNAC par commune selon le genre féminin entre 2011 et 2015.

Nombre de commune	Nombre de projet	Nombre d'emploi
43	267	543

Source : Établi par nous-mêmes à partir des données de la CNAC de la wilaya de Bejaia.

Les données obtenues dans le cadre du dispositif CNAC de la wilaya de Bejaia concerne le nombre de micro entreprises crée dans les communes de la wilaya de Bejaia, qui représente 267entreprises. Le nombre d'emplois crée pour la période allant de 2011 au 2015est de 543 postes.

Tableau n °14 : répartition des projets financés par la CNAC au genre féminin selon le secteur d'activité (2011-2015)

Secteur d'activité	Nombre de projet	Nombre d'emploi
Agriculture	17	32
BTP	02	04
Industrie	57	119
Service	173	360
Transport	18	28
Total	267	543

Source : Établi par nous-mêmes à partir des données de la CNAC de la wilaya de Bejaia.

D'après le tableau ci-dessus, nous constatons que le secteur des services est le principal secteur financé par la CNAC (173 projets) et que c'est le secteur qui crée le plus d'emplois (avec 360 postes), suivi par le commerce (avec 57 projets). Vient ensuite le secteur du transport et de l'agriculture, avec 18 et 17 projets respectivement. Le secteur de BTP vient en dernier lieux avec seulement 2 projets.

Tableau n°15 : Répartition des projets financés par ANSEJ au genre féminin selon le secteur d'activité (2011- 2015)

	Nombre de projet créés par les femmes					Total Secteur
	2011	2012	2013	2014	2015	
Artisanat	7	28	17	11	9	72
Industrie	21	30	24	27	20	122
Services	123	185	51	32	27	418
BTP	4	4	3	9	6	26
Agriculture	2	5	6	5	2	20
Profession libérale	10	26	27	36	16	115
Total	167	278	128	120	80	773

Source : Établi par nous-mêmes à partir de l'exploitation des données de l'ANSEJ de la wilaya de Bejaia.

A travers l'interprétation du tableau ci-dessus, on constate que les femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia, financées par le dispositif ANSEJ, sont beaucoup plus orientées vers le secteur des services, avec une présence estimée à 418 projets pendant la période allant de 2011 à 2015. Vient ensuite le secteur d'industrie, du commerce, de l'artisanat, du BTP et de l'agriculture.

Tableau n°16 : répartition des projets financés par ANSEJ au genre féminin selon le niveau d'instruction (2011-2015).

	Répartition des femmes selon leur niveau d'instruction					Total
	2011	2012	2013	2014	2015	
Primaire	3	10	1	2	1	17
Moyen	65	85	26	14	6	196
Secondaire	39	68	19	16	5	147
Universitaire	24	65	39	54	36	218
Formation professionnelle	36	50	43	34	32	195
Total	167	278	128	120	80	773

Source : Établi par nous-mêmes à partir de l'exploitation des données de l'ANSEJ de la wilaya de Bejaia

D'après le tableau ci-dessus, on constate que le niveau d'instruction le plus dominant chez les femmes entrepreneures financées par l'ANSEJ est le niveau universitaire, avec 218 projets. Vient ensuite les femmes-chefs d'entreprises issues de la formation professionnelle et moyenne. Pour le niveau primaire, leur nombre demeure très faible, soit 17 projets sur 773.

1.4. Présentation de la commune d'AKBOU

La commune d'Akbou est située dans la partie supérieure de la vallée de la Soummam sur le flanc oriental du Djurdjura à une attitude moyenne de 280mètres. Elle est aussi le chef-lieu de la Daïra qui se compose de quatre communes, Ighram , Chellata, Tamokra et Akbou. Cette dernière se localise à 700km de la wilaya de Bejaia et à 200km de l'Est de la capitale, Alger. Elle s'étale sur une superficie de 52,18km² et se divise en deux régions distinctes. La première constitue le périmètre urbain représenté par le plateau d'Akbou qui se compose de Tifrit, Riquet, Azib, le plateau d'Arafou et la plaine d'Azaghar. La seconde est représentée par le reste de l'espace communal qui constitue la zone semi-urbaine. Elle est délimitée au Nord par la commune de Chellata et au Sud

par les commune d'Ait Arzine et Amalou ; à l'est par la commune d'Ozellahune et à l'ouest par la communes d'Ighram et Tazmalt

La commune d'Akbou dispose d'un réseau routier constitué principalement de la route nationale n°26 qui la relie avec l'espace wilayal, régional et national (relie le nord et l'est d'Algérie). La commune d'Akbou a d'autre accès routiers qui assurent sa liaison avec les autres communes en plus du passage de la voie ferrée (Bejaia-Alger) dans le territoire communal. La commune d'Akbou se caractérise par une forte densité de la population au Km², par sa forte agglomération et sa forte urbanisation.

Cette situation permet de classer la commune d'Akbou au rang de la deuxième agglomération importante après le chef lieux de la wilaya. Sa forte attractivité qui est issue de la diversification des activités commerciales et à la disponibilité des services publics (Akbou a été toujours un pôle commercial de la région).

La commune d'Akbou joue un rôle économique important, elle est dotée d'une zone industrielle et d'une zone d'activité : Taharacht. Ces zones accueillent des unités industrielles opérantes dans divers secteurs d'activité. La zone industrielle est la plus ancienne et a connu l'implantation de grandes unités industriels durant les années 1970, grâce auxquelles une partie importante de la population a obtenu de l'emploi. Il s'agit de l'algérienne des cotonnades et velours(ALCOVEL), de manufacture chaussures Soummam (Mac Soummam), BLANCKY industry trading company (BIT COMPANY) et de SONARIC.

Tableau n°17 : Répartition des projets financés par ANGEM selon le secteur d'activité des femmes Akbou (2011-2015)

	Nombre de projet créés par les femmes					Total Secteur
	2011	2012	2013	2014	2015	
Artisanat	47	127	7	0	6	187
Industrie	1	8	117	90	117	333
Services	0	1	7	6	3	17
BTP	0	0	0	0	0	0
Agriculture	4	4	14	4	4	30
Commerce	0	0	0	0	2	2
Total	52	140	145	100	132	569

Source : Établi par nous-mêmes à partir de l'exploitation des données de l'ANGEM de la wilaya de Bejaia

La lecture du tableau n° 17 nous permet de constater directement que le secteur le plus dynamique en matière de création de micro-entreprises au niveau de la région d'AKBOU est le secteur d'industrie, avec un nombre de 333 micro-entreprises, en deuxième position le secteur d'artisanat avec un nombre de 187 micro-entreprises créées, la troisième position est détenue par l'agriculture dont le nombre de micro-entreprises créées est de 30. Suivi successivement des services et le commerce, soient respectivement 17 et 2 micro-entreprises. Quant au secteur de BTP, ce dernier n'a enregistré aucune création de micro-entreprises.

Tableau n°18 : répartition des projets financés par ANGEM selon le niveau d'instruction des femmes Akbou. (2011-2015)

Répartition des femmes selon leur niveau d'instruction						
	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Primaire	1	1	12	22	18	54
Moyen	40	110	100	57	73	380
Secondaire	8	22	15	2	9	56
Universitaire	0	0	0	0	0	0
Sans	3	7	18	19	32	79
Total	52	140	145	100	132	569

Source : Établi par nous-mêmes à partir de l'exploitation des données de l'ANGEM de la wilaya de Bejaia

La lecture du tableau montre le niveau d'instruction des femmes financées par le dispositif ANGEM dans la région d'Akbou. Nous avons remarqué que les femmes ayant un niveau moyen sont les plus incitées à entreprendre avec un effectif de 380 projets. Suivies par les femmes sans instruction avec 79 projets, puis des femmes ayant respectivement un niveau secondaire et primaire.

Tableau n°19 : Répartition des projets financés par l'ANSEJ selon le secteur d'activité des femmes Akbou (2011-2015)

	Nombre de projet créés par les femmes					Total Secteur
	2011	2012	2013	2014	2015	
Artisanat	0	0	1	3	0	3
Industrie	4	6	5	2	6	23
Services	9	16	6	4	2	37
BTP	0	0	1	2	0	3
Agriculture	0	0	1	0	0	1
Profession libérale	1	8	4	7	3	23
Total	14	30	18	18	11	91

Source : Établi par nous-mêmes à partir de l'exploitation des données de l'ANSEJ de la wilaya de Bejaia

A partir des données du tableau ci-dessus, nous remarquons que le grand nombre de micro-entreprises a été créées dans le secteur des services, 37 micro-entreprises sur un total de 91, ensuite vient les deux secteurs Industrie et profession libérale avec un nombre identique de 23 micro-entreprises, le secteur de l'artisanat et BTP viennent en troisième position. Et en dernier lieu nous retrouvons le secteur de l'agriculture avec la création seulement d'une seule micro-entreprise.

Nous pouvons déduire, qu'au niveau de la région d'AKBOU, le secteur le plus dynamique en termes de création de micro-entreprises est le secteur des services, quant aux secteurs les moins dynamiques sont le secteur de de l'artisanat, BTP et l'agriculture

Tableau n°20 : Répartition des projets financés par l'ANSEJ selon le niveau d'instruction des femmes Akbou (2011-2015)

Répartition des femmes selon leur niveau d'instruction						Total secteur
	2011	2012	2013	2014	2015	
Primaire	1	2	0	0	0	3
Moyen	4	5	1	3	2	15
secondaire	1	2	1	1	1	6
Universitaire	3	13	8	8	6	38
Formation professionnelle	5	8	8	6	2	29
Total	14	30	18	18	11	91

Source : établi par nous-mêmes à partir de l'exploitation des données de l'ANSEJ de Bejaia

D'après le tableau ci-dessus, on constate que le niveau d'instruction le plus dominant chez les femmes entrepreneures financées est le niveau universitaire, avec 38 projets. Vient ensuite les femmes-chefs d'entreprises issues de la formation professionnelle avec 29 projets et niveau moyen 15 projets. Pour le niveau primaire, leur nombre est très faible, soit 3 projets sur 91.

Section 2 : cadre méthodologique

Dans la présente section, nous présenterons l'enquête de terrain que nous avons menée auprès des femmes entrepreneures de la région d'Akbou. Ainsi, il devient nécessaire d'exposer dans cette section le choix méthodologique opérés.

En effet, à travers cette enquête, nous souhaiterons essentiellement à décrire, analyser et comprendre le phénomène d'entrepreneuriat féminin dans la région d'Akbou ainsi que les contraintes qu'elles rencontrent ces femmes-chefs entreprises tout au long de leur parcours.

2.1. L'objectif et la nature de la recherche

Notre étude a pour ambition de collecter des informations sur le terrain pour le besoin de vérification des deux hypothèses émises au départ. Elle vise également à connaître certains nombre de points caractérisant la femme entrepreneure d'Akbou, ses motivations pour créer son entreprise et, enfin, révéler les difficultés et les obstacles qu'elles rencontrent dans l'exercice de son métier.

Sur la base de la partie théorique élaborée et des choix méthodologiques opérés, notre étude se veut une recherche de nature mixte. Elle est à la fois qualitative et quantitative du moment où elle repose sur la collecte des données quantitatives via le questionnaire, d'une part et par le guide d'entretien (données qualitatifs).

2.2. La taille et le choix de l'échantillon

La constitution de l'échantillon a été faite sur la base d'une liste de 45 femmes entrepreneures. L'indentification de notre échantillon (des femmes entrepreneures à enquêter) a été fait via des relations personnelles, par l'intermédiaire de nos relations ainsi que par la base de données des entrepreneurs qui ont déjà collaboré avec l'ANSEJ. Sur les 45 questionnaires distribués auprès des femmes entrepreneures identifiées, nous avons pu récupérer 25 questionnaires, ce qui représente un taux de réponse (de retour) de 56%. Pour les 20 autres femmes que nous n'avons pas pu rencontrer, certaines d'entre elles ont refusé de répondre à nos sollicitations, malgré les nombreuses relances. D'autres encore ont donné leurs accords mais qui n'ont pas tenu leurs promesses par la suite, qui nous a obligé à les éliminé de notre étude.

Sur un nombre de 25 questionnaires remplis, nous avons donc pu interviewer 9 cas différents de femmes entrepreneures opérant dans différents secteurs : 2 dans le secteur d'industrie, 5 dans l'artisanat, 2 dans les services.

2.3. Les instruments de récolte des données

L'approche empruntée est celle de l'étude de cas. Trois principales sources de récolte des données ont été utilisées : une enquête questionnaire, par entretien et la consultation des documents produit

2.3.1. Le questionnaire, un instrument principal de récolte des données : le questionnaire, qui a pour objectif de récolter des données quantitatives, contient plusieurs parties :

-Le premier questionnaire contient 27 questions réparties en deux axes afin de toucher le maximum d'informations liées à l'activité féminine, et avoir le maximum de réponses pour répondre à notre problématique. Le premier axe est consacré à l'identification des femmes entrepreneures : l'objectif de cet axe est de récolter des données générales sur femmes enquêtées (Age, situation familiale, niveaux d'instruction, etc.) et leurs entreprises (secteur d'activité). Le second axe est relatif à l'identification des obstacles qui influencent l'entrepreneuriat à Akbou. Nous avons particulièrement mis l'accent sur les contraintes liées à l'accès au financement, aux problèmes liés aux dispositifs d'accompagnement et aux contraintes socioculturelles auxquelles les femmes entrepreneures d'Akbou se trouvent confrontées.

- Le deuxième questionnaire est adressé aux banques spécialisées dans l'octroi des crédits aux entreprises pour étudier l'apport des banques dans le financement des femmes entrepreneures et dans quelle mesure ces dernières sont confrontées aux problèmes de financement les femmes entrepreneures. Ce questionnaire a pour objectif d'avoir un regard croisé sur les problèmes de financement banques-femmes entrepreneures afin de mener une analyse objective sur les problèmes de financement auxquels les femmes sont confrontées.

2.3.2. Le guide d'entretien, un instrument complémentaire de récolte des données : en complément au questionnaire et afin de donner plus d'objectivité et de solidité à nos résultats, nous avons élaboré un guide d'entretien afin de collecter des propos (données qualitatives) des femmes entrepreneures rencontrées. Ce guide d'entretien sert

principalement à collecter des points de vue des femmes entrepreneures d'Akbou sur les obstacles auxquelles se trouvent confrontées.

Ce mode d'administration du questionnaire en face à face par entretien direct s'est avéré très bénéfique à notre recherche et cela pour deux raisons. En premier lieu, cette méthode a permis de recueillir des informations plus complètes, plus détaillées et de meilleure qualité. En second lieu, elle a permis de poser des questions plus directes, plus personnelles et d'apporter certaines précisions utiles au répondant et à la validité de notre étude.

2.3.3. L'analyse documentaire : en complément au questionnaire et au guide d'entretien nous avons consulté des documents et récolté des données des organismes chargés de la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia (ANGEM, CNAC, ANSEJ).

2.4. Histoire de déroulement de l'enquête

Notre enquête sur le terrain s'est déroulée entre le mois de mars et avril. Nous avons réalisé la remise des questionnaires par nous-mêmes. Concernant le déroulement des entretiens avec les femmes entrepreneures enquêtées, chacune diffère de l'autre. Autrement dit, si certains entretiens ce sont déroulés dans des conditions favorables, d'autre ce sont plutôt dans des conditions moins bonnes. La moyenne de chaque entretien était 30 minutes.

2.5. Le traitement des données

Nous avons choisi un traitement informatisé pour un meilleur traitement des données collectées. Les questionnaires ont été vérifiés et codifiés pour constituer une base de données à partir de laquelle nous avons eu recours au logiciel SPSS statistics 20 portant sur des statistiques descriptives (effectifs, pourcentage, moyenne) et Microsoft Office Excel 2007 pour les graphes afin d'avoir une meilleure représentation.

Section 3 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête

L'objectif de cette section est d'analyser les données recueillies par le moyen du questionnaire et du guide d'entretien élaborés et de vérifier les hypothèses de recherche qui tentent à d'identifier les obstacles auxquels les femmes entrepreneures se trouvent confrontées dans la région d'Akbou. Mais avant de présenter ces obstacles, il est fondamental de présenter les caractéristiques des femmes entrepreneurs d'Akbou ainsi

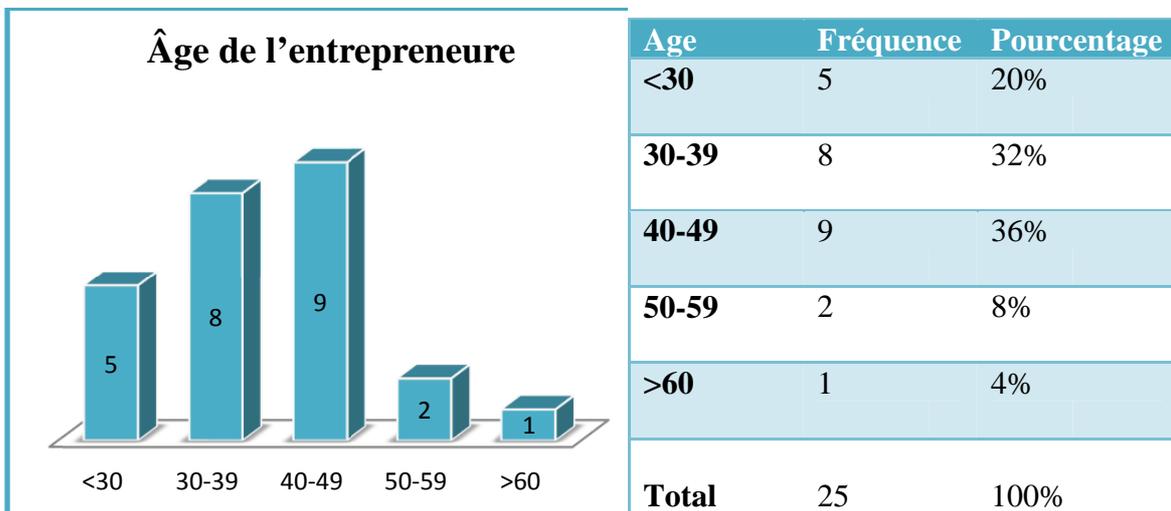
que leur facteur qui les ont poussés à démarrer leur activité et les obstacles qui freinent d'une manière ou d'une autre leurs processus entrepreneurial.

3.1. Les caractéristiques des femmes entrepreneures rencontrées

3.1.1. L'Âge des femmes entrepreneures rencontrées

En ce qui concerne l'âge des femmes entrepreneures, le tableau suivant illustre que la catégorie la plus importante est celle comprise entre 40 et 49ans, avec un pourcentage de 36%. Cette catégorie s'avère plus importante car ces femmes se ne lancent dans l'aventure de la création de leurs entreprises qu'après avoir acquis une certaine expérience dans le domaine.

Figure n° 3 (Tableau n° 21) : L'âge des femmes l'entrepreneure rencontrées



Source : Établis par nous- même à partir des données de notre enquête.

Une femme responsable d'une entreprise de couture prêt à porter confirme :

« J'ai été enseignante dans une école de couture privée pendant 3 ans, ce qui m'a permis d'acquérir de l'expérience dans ce domaine ».

La deuxième catégorie d'âge des femmes entrepreneures est celle des femmes relativement jeunes : celles dont l'âge est compris entre 30 et 39ans, avec une part de 32% des femmes rencontrées. Suit en troisième lieu les femmes ayant moins de 30ans, avec une part de 20% de la totalité. La catégorie des femmes âgées de 50 ans ou plus est faible, soit une part de 12%.

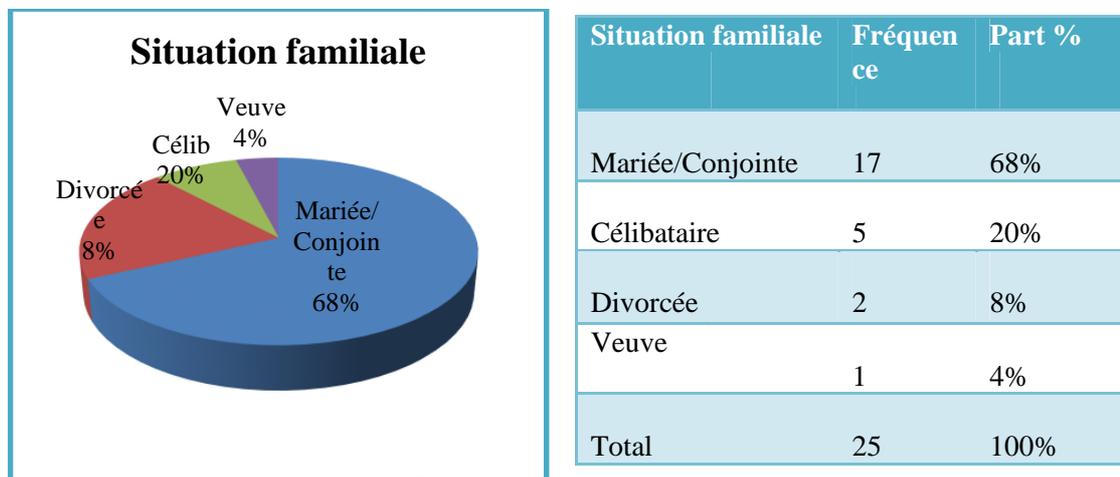
À partir du tableau ci-dessus, on constate que les femmes entrepreneures d'Abou ayant répondu à notre enquête ont en majorité plus de 30 ans (80%, soient 20 femmes sur un

total de 25) : seules 20% de l'ensemble de ces femmes se trouvent sous la barre des 30 ans. Il faut noter que la femme la plus âgée que nous avons interrogée en a 64ans ; la plus jeune a26 ans.

3.1.2. La Situation familiale

Pour ce qui est de leur situation familiale, nous pouvons observer que sur l'ensemble des 25 femmes entrepreneures, la majorité sont d'entre elles sont mariées (68%), 20% sont célibataires. Le reste est constitué de femmes divorcées (8% femmes entrepreneures)et d'une seule femme entrepreneure veuve.

Figure n°4 (Tableau n°22) :La situation familiale des femmes entrepreneures



Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

3.1.3. Le nombre d'enfants

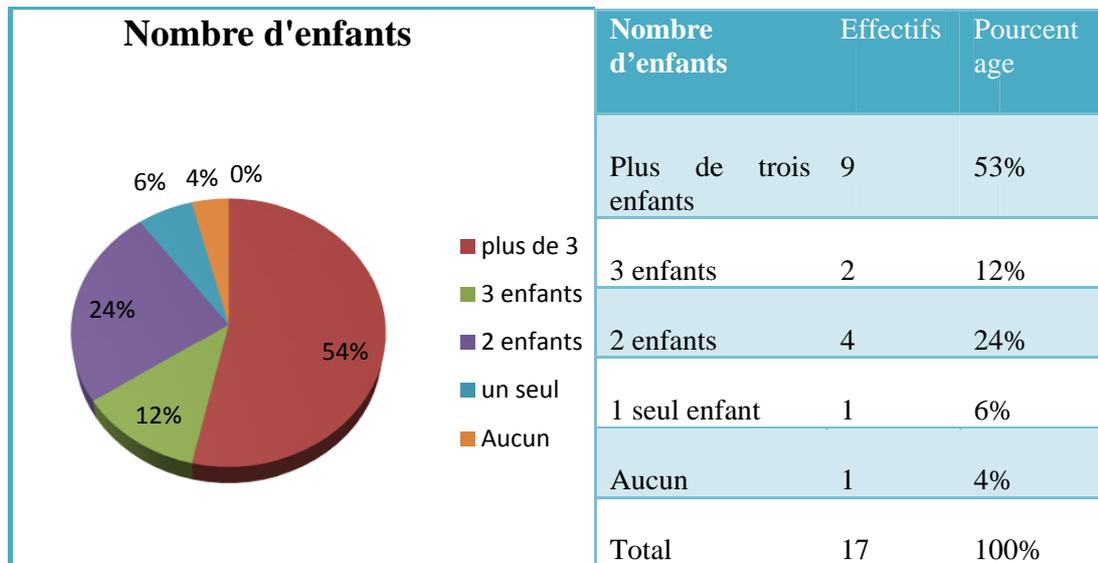
Si nous allons un peu plus loin dans le détail de la composition de leurs familles, nous constatons que parmi les femmes mariées ayant des enfants, 53% (soient 9 femmes sur un total de 25) ont plus de trois enfants, alors que celles ayant un seul enfant sont représentées avec un taux très faible de 6%. En ce qui concerne l'éducation des enfants, certaines femmes estiment que plus que le nombre d'enfants augmente, plus les charges et les responsabilités augmentent.

Une gérante d'un magasin de vente des *gâteaux* traditionnels confirme :

« ça n'a pas toujours été évident, car lorsque vous gérez une entreprise et que vous devez vous occuper de plus de trois enfants, vous consacriez

moins de temps pour eux et leur éducation, cela nécessite une bonne dose d'organisation». (gérante d'un magasin de vente de gâteaux traditionnels.)

Figure n°5 (Tableau n°23) : Nombre d'enfants des femmes entrepreneures d'Akbou enquêtées

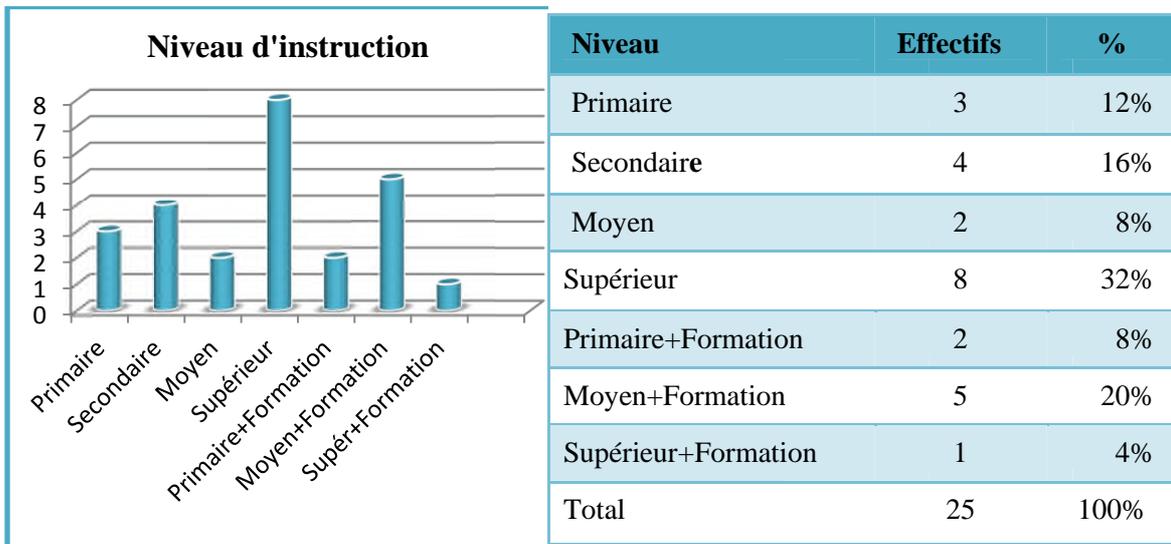


Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

3.1.4. Le niveau d'instruction

Le niveau d'instruction peut être un apport important dans la création et le développement d'une entreprise, dans la mesure où l'individu dispose des compétences et des connaissances dans un domaine précis qui lui permettront de mieux gérer ses affaires.

Figure n°6 (Tableau n°24) : Niveau d'instruction des femmes entrepreneures enquêtées



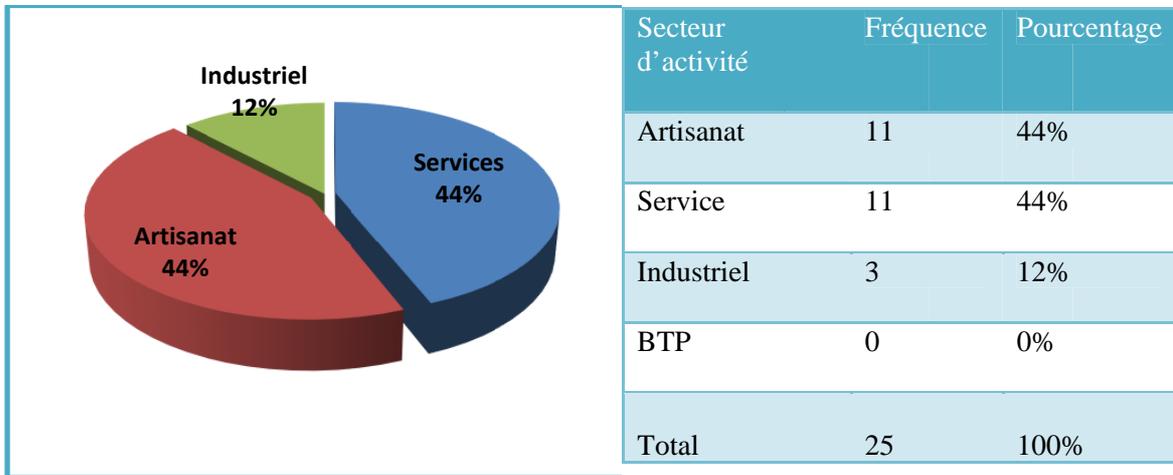
Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

Au niveau de la formation de base, environ un tiers des femmes entrepreneures enquêtées ont un niveau universitaire, soit un taux de 32%. Vient en deuxième lieu celles qui ont un niveau moyen mais avec une formation professionnelle avec 20% des femmes enquêtées. Vient en dernier lieu les femmes avec un niveau d'instruction plus faible, qui ne représentent que 3% de la totalité. Il est important de signaler aussi que le choix de l'activité des femmes entrepreneures universitaires enquêtées concorde avec le diplôme obtenu, ce qui les aide à mieux gérer leur entreprises. Une propriétaire d'une entreprise de confection du textile affirme :

« Suite à l'obtention d'un diplôme en économie, et d'un DEUA en gestion informatique, j'ai pu bien gérer la comptabilité, les impôts et la gestion du personnel de mon entreprise » (entretien, le 31.03.2016).

1.1.5. Le secteur d'activité

Figure n°7 (Tableau n °25): Le secteur d'activité



Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

Pour la répartition des entreprises par secteur d'activité, nous avons une égalité entre le secteur des services (coiffure, santé, éducation, etc.) et le secteur d'artisanat (gâteaux, couture et textile) avec un taux de 44% chacun. Vient en deuxième position le secteur industriel avec un taux de 12% : ce secteur est un secteur boudé par les femmes.

Il est à souligner que les femmes exerçant dans l'artisanat n'ont pas un niveau d'instruction très élevé : c'est pour cette raison qu'elles s'orientent vers ce secteur. Une gérante d'un magasin de vente de gâteaux traditionnels s'exprime :

« Je n'ai pas eu la chance de continuer mes études. J'ai quitté l'école à l'âge de 12 ans car pour mes parents, une fille devait se marier et, ensuite, s'occuper de son foyer. Le seul domaine où j'avais la compétence nécessaire était celui des gâteaux traditionnels. Je me suis donc lancée la- dedans, en plus c'est un domaine qui est, selon moi, destiné aux femmes » (entretien, le 27.03.2016).

3.2. Les intentions et les motivations à entreprendre

3.2.1. L'idée de création d'entreprise chez les femmes d'AKBOU

Le tableau suivant éclaire l'idée de créer son entreprise chez les femmes entrepreneures enquêtées.

Tableau n°26: L'idée de création d'entreprise chez les femmes rencontrées

L'idée de création	Effectifs	Part en %
La famille	3	12%
Le diplôme	6	24%
Le don et l'esprit créatif	5	20%
Rêve d'enfance	7	28%
Amour de métier	4	16%

Source : Établi par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

D'après le tableau ci-dessous, on constate que le rêve d'enfance est le facteur qui a influencé le plus les femmes entrepreneures enquêtées de la région d'Akbou à créer leurs propres entreprises, avec un taux de 28 % du total des femmes enquêtées. Une femme à la tête d'une entreprise de couture s'exprime :

« (...) C'était un rêve d'enfance de créer ma propre atelier de couture ».

Certaines femmes enquêtées (soit un taux de 24 %) se sont lancées dans la création de leurs entreprises grâce à la nature de leurs diplômes obtenus, qu'il soit universitaire ou de formation professionnelle.

Le don ou l'esprit créatif et l'amour du métier font aussi leurs rôles dans l'idée de la création d'entreprise chez les femmes enquêtées, avec des taux de 20 % et 16 % respectivement. Certaines femmes-chefs d'entreprises s'expriment :

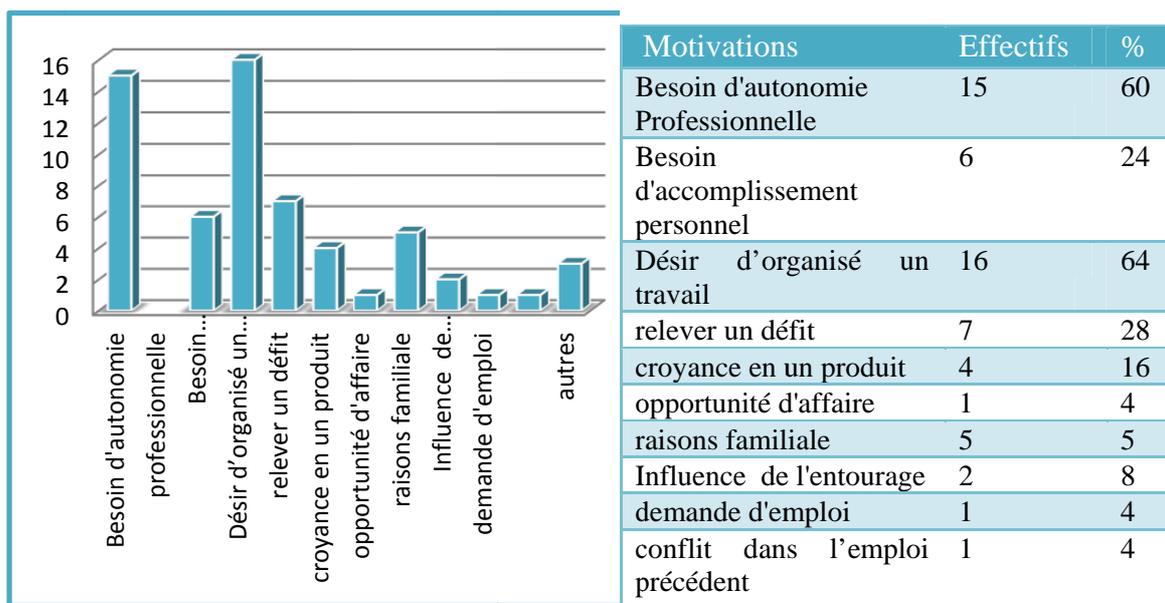
« J'aime la photo, j'aime saisir les instants qui touchent les gens. J'aime surtout prendre les gens en photo, c'est mon métier, être photographe ! » (Entretien avec une propriétaire d'un labo de photographie, le 31/03/2016).

« Je suis une fane de bijoux traditionnels et ce, dès mon très jeune âge. À l'époque, j'avais remarqué qu'il n'y avait pas de femmes qui détenaient des commerces, en joaillerie plus précisément. J'ai donc osé franchir le pas et ouvrir ma propre boutique de bijoux traditionnels. J'ai été alors la première femme à se lancer dans ce domaine à AKBOU en 1997 » (Entretien avec une propriétaire d'une bijouterie (le 29/03/2016).

3.2.2. Les motivations des femmes entrepreneures rencontrées

Les résultats suivants nous montrent les principales sources de motivation qui ont conduit les femmes entrepreneures d'Akbou à se lancer dans la création de leurs entreprises

Figure n°8(Tableau n°27): les Sources de motivations des femmes rencontrées



Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

La figure ci-dessus montre que parmi les sources de motivations à la création d'une entreprise, le souhait d'organiser soi-même son travail semble être le facteur le plus fréquemment évoqué par les femmes rencontrées : 64% des femmes entrepreneures le considèrent comme un facteur important de création de leurs entreprises. Une femme propriétaire d'une crèche en parle :

« J'ai quitté l'enseignement pour créer ma propre entreprise et travailler à mon compte, car je n'étais pas satisfaite de mon emploi précédent pour plusieurs raisons telles que le salaire. Mais grâce à mon expérience de 5ans dans l'enseignement, j'ai réussi à avoir l'agrément pour me lancer dans la création de ma crèche »(Entretien, le 07.04. 2016).

Ce premier facteur est suivi de près par le besoin d'autonomie professionnelle : 60% femmes le citent comme facteur important). La volonté de relever le défi vient en troisième lieu avec 28% des femmes rencontrées. Une femme entrepreneure activant dans la photographie s'exprime :

« On me disait que c'était un métier d'hommes, mais moi j'aimais la photographie, je voulais réussir. C'était un véritable challenge ! ».

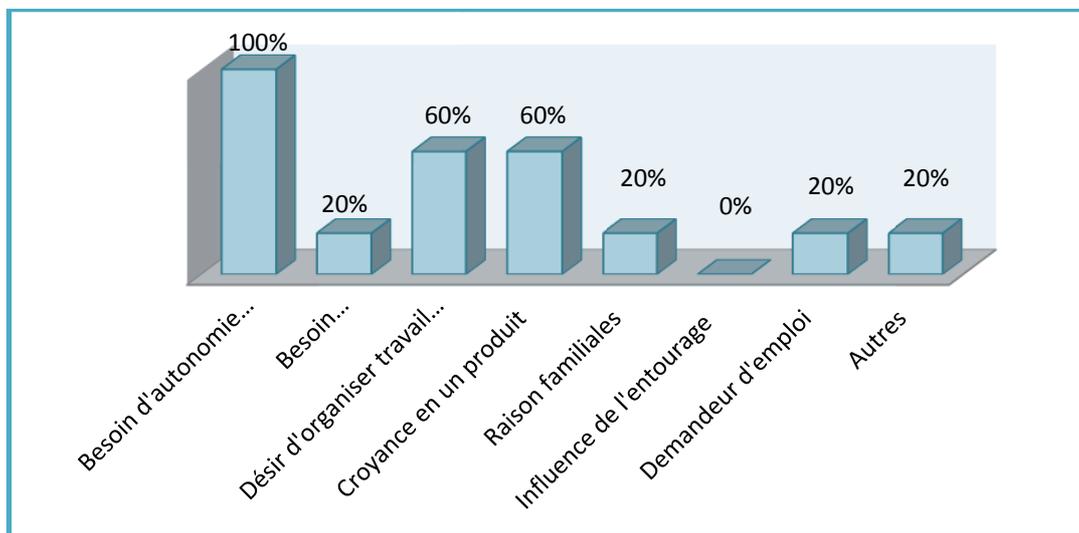
Cette volonté de relever le défi a été illustrée par une autre femme rencontrée, qui vit avec un handicap depuis sa naissance :

« Je suis handicapée, oui j'ai parfois des moments de découragement, mais ça ne m'empêche pas d'exister et d'avoir une place dans la société et organiser mon travail »(Entretien, le 26/03/2016).

Enfin, l'influence de l'entourage ne semble pas constituer un facteur de motivation majeur : seule 4% des femmes entrepreneures l'identifient comme tel.

3.2.3. Les motivations à entreprendre d'après les banquiers

Figure n° 9 : Motivations à entreprendre d'après les banquiers



Source : Établi par nous-mêmes à partir des résultats de notre enquête.

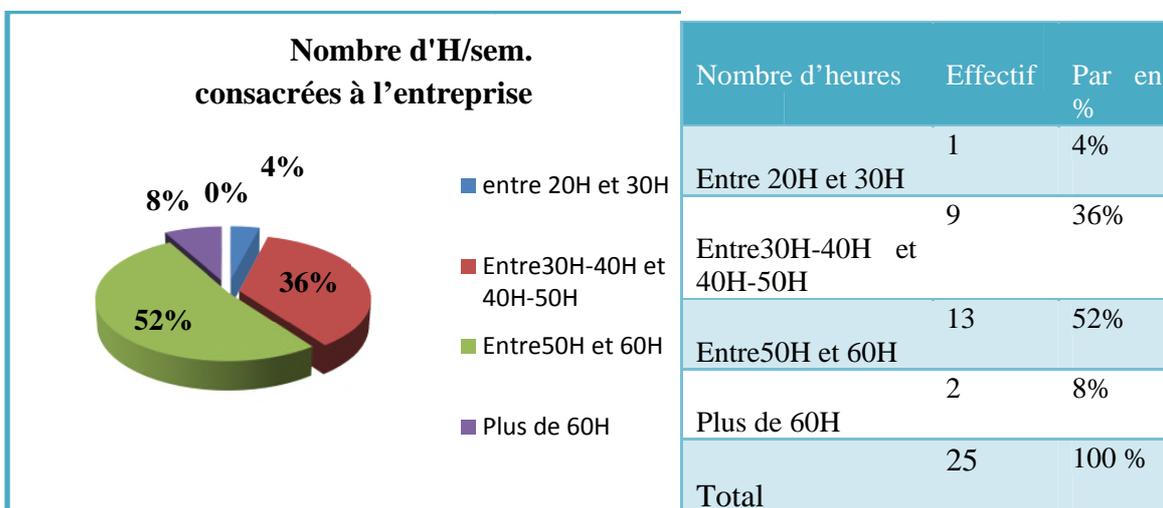
Le tableau ci-dessus montre que le besoin d'autonomie professionnelle des femmes vient comme la principale motivation des femmes entrepreneures. Selon les banquiers interrogés, les femmes désirant organiser leur travail et qui souhaitent créer une valeur

ajoutée (produire) se voient plus facilement obtenir des prêts (60%). D'autre part, les femmes qui créent leurs entreprises pour des raisons familiales ou par l'influence de l'entourage, par le besoin d'accomplissement personnel, ou un demandeur d'emploi, sont moins enclines à se voir accorder un prêt par la banque. Autrement dit, les banquiers cherchent donc des entrepreneures qui ont choisi de créer leur entreprises par envie, par croyance et non par obligations.

3.2.4. Horaires de travail et activités hors travail des femmes rencontrées

Le graphique suivant présente le nombre d'heures consacrées chaque semaine par les femmes entrepreneures à leurs entreprises.

Figure n°10 (Tableau n°28): Nombre d'heures de travail par semaine consacrées à l'entreprise



Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

Le temps consacré à la vie professionnelle est très élevé chez les femmes enquêtées : 52% d'entre elles consacrent entre 50 et 60 heures par semaine pour leurs entreprises. Mais ce qui ressort principalement de ces résultats est qu'environ 96% d'entre elles travaillent plus que 30 heures par semaine, et qu'elles sont de ce fait très fortement investies dans leurs entreprises. La majorité des femmes de notre échantillon sont mariées (94 %) et ont des enfants. Ceci nous a amené à penser que les femmes entrepreneures ont généralement, à côté de leurs activités professionnelles, une vie familiale très chargée. Cela semble se vérifier lorsque nous analysons la répartition de leur temps entre l'activité professionnelle et l'activité privée des femmes rencontrées. Les résultats de l'enquête montrent que la plupart de ces femmes consacrent leur temps libre pour le soin

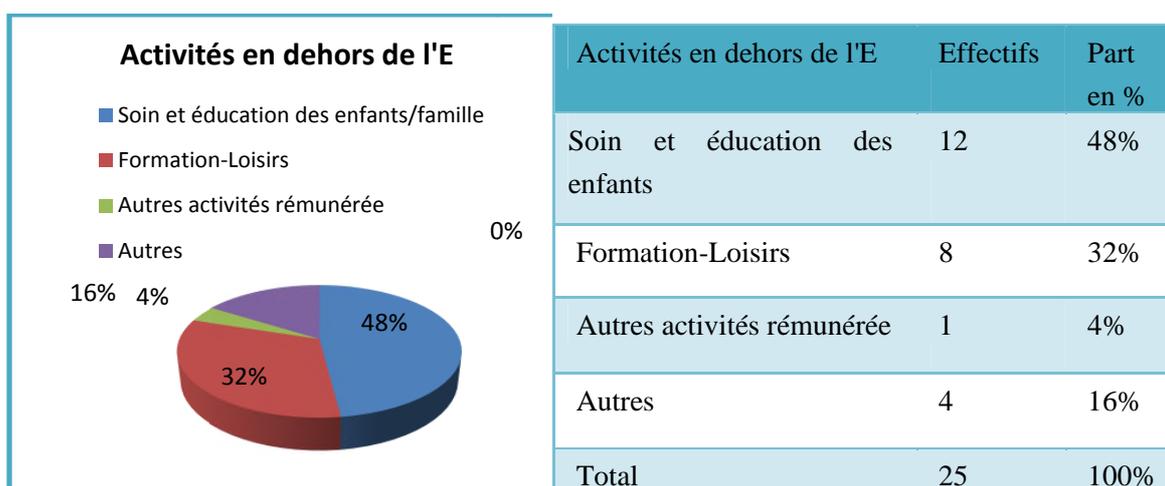
l'éducation de leurs enfants (48%). Cette affirmation peut être illustrée par certains proposés des femmes rencontrées :

« Pour moi le week-end c'est le week-end : je consacre mon temps à ma famille » (Entretien avec une propriétaire d'une crèche, le 07.04.2016).

Une autre femme interviewée, gérante d'un magasin de vente de gâteaux traditionnels conforte cette réalité :

« (...) je recevais beaucoup de commandes pour des gâteaux surtout avec la période des fêtes, mais ça ne m'empêche de consacrer du temps pour ma famille, c'est essentiel à l'équilibre familial »(Entretien le 27/03/2016).

Figure n°11 (Tableau n°29) : Activités des femmes entrepreneures en dehors de l'entreprise



Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

3.2.5. Les facteurs de réussite d'une création d'entreprise

Tableau n°30: Les facteurs de réussite pour la création d'une entreprise :

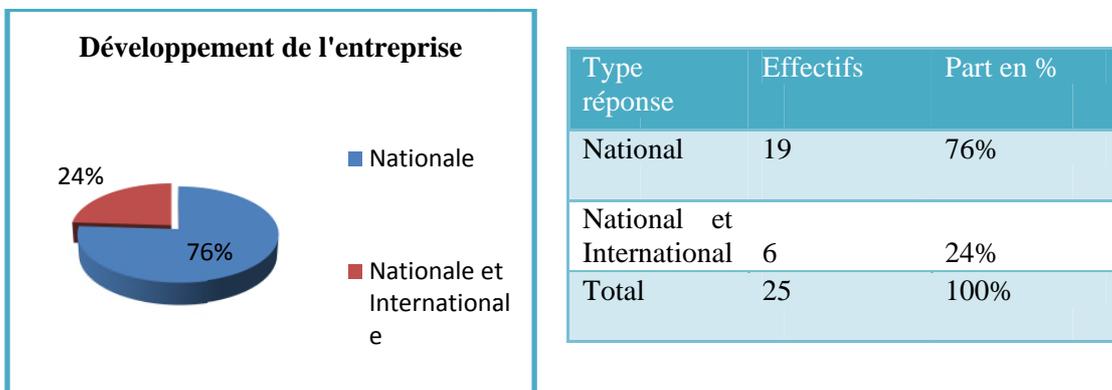
Facteurs de réussite	Part en %
L'argent	100%
La chance	25%
Forte implication	15%
Bonne idée	36%
Climat favorable	12%

Source : Établi par nous- même à partir des données de notre enquête

Concernant les facteurs de réussite évoqués par les femmes entrepreneures enquêtées, plusieurs facteurs ont été avancés : la disponibilité de l'argent (moyens financiers) a été citée par la totalité des 25 femmes, soit un taux de 100%. Le deuxième facteur cité par les femmes interrogées est l'existence d'une « bonne idée » : elle est citée par 36 % des femmes enquêtées. Les autres facteurs tels que la chance, la forte implication et le climat favorable apparaissent moins importants aux yeux de ces femmes.

3.2.6. Intention de développer les entreprises à l'échelle internationale

Figure n°12 (Tableau n°31) : Intention de développer les entreprises à l'échelle internationale



Source : Etablis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête

Selon les résultats de notre enquête, 24% des femmes entrepreneures souhaitent développer leurs entreprises à l'échelle internationale. Une gérante d'une entreprise de textile et gérante d'une école privée confirme :

« Je souhaite développer mon activité commerciale à l'international, c'est mon but et j'y travaille dur pour l'atteindre ». (Entretien, le 31/03/2016).

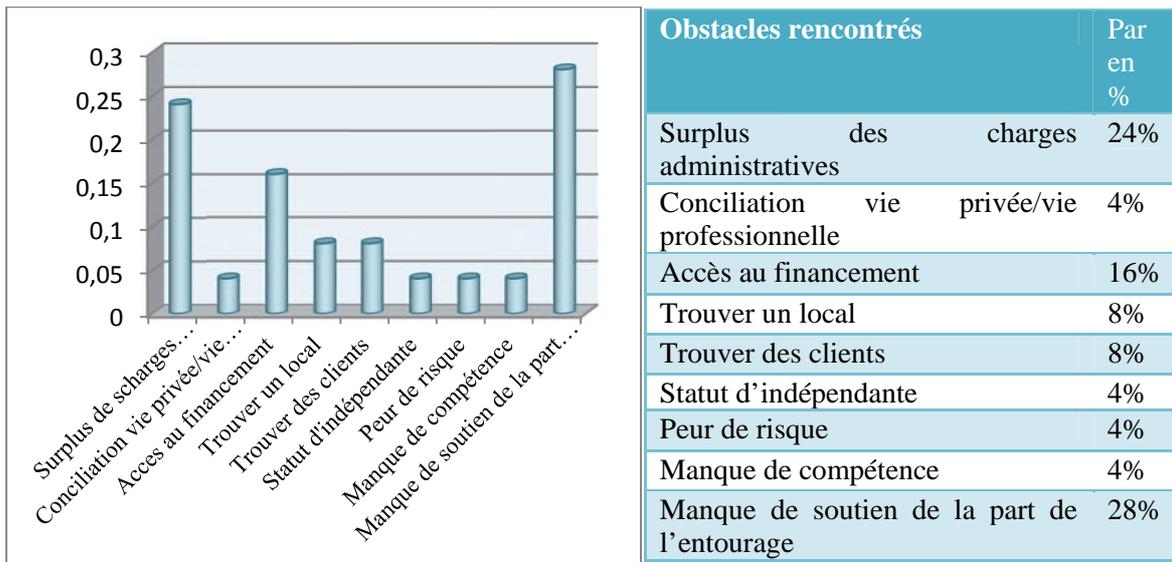
Mais la grande majorité d'entre elles n'ont pas l'intention de développer leurs activités à l'international (76% du total). Une Gérante d'une entreprise de fabrication des détergents s'exprime :

« (...) Mon seul souhait est de réussir dans mon pays et cela me suffit largement ! » (Entretien le 30/03/2016).

3.3. Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures enquêtées.

Dans cette partie, nous allons essayer d'identifier les principaux obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures de la région d'Akbou, qui pèsent à la création et à la dynamisation de l'activité des femmes entrepreneures.

Figure n° 13 (Tableau n°32) : Les obstacles rencontrés au démarrage de l'entreprise



Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

L'un des principaux objectifs de cette recherche était clairement d'identifier les facteurs perçus par les femmes entrepreneures d'Akbou comme obstacles à la création d'entreprise. Le tableau éclaire les principaux obstacles qui ont entravés les femmes entrepreneures d'Akbou lors du processus de création de leurs entreprises.

L'un des principaux problèmes auxquels les femmes rencontrées sont confrontés est celui de leur entourage : 7 femmes sur 25 déclarent victimes de ce problème. Le témoignage d'une femme propriétaire d'une boutique de gâteaux est illustratif :

«(...) Après le décès de mon conjoint, je me suis retrouvée seule avec mes enfants, il fallait continuer à vivre pour eux et je n'avais ni ressources ni personne pour m'aider. Afin de subvenir aux besoins de ma petite famille, j'ai décidé d'ouvrir une boutique de gâteaux, j'ai alors demandé de l'aide financière, un prêt bien évidemment auprès de ma belle-famille mais ils ont refusé. Je me suis rendu compte donc que

je ne pouvais compter que sur moi-même, j'ai alors décidé de me combattre toute seule. Heureusement, j'avais mes enfants à mes côtés qui n'ont pas cessé de m'encourager depuis les toutes premières démarches de la création de ma petite entreprise ». (Entretien, le 03/04/2016)

Viennent ensuite les femmes ayant vécu des problèmes avec la lenteur des procédures administratives (24%). Une femme propriétaire d'un labo de photographie en parle :

« (...) pour moi, le montage du dossier était très difficile, il fallait attendre six mois pour avoir l'éligibilité, et plusieurs procédures à suivre, beaucoup de papiers (...).J'ai déposé douze dossiers, j'allais abandonner mon projet car il commençait à me coûter trop cher, entre les frais de transport et les copies de documents qu'il fallait réaliser à chaque fois, et j'ai dû attendre deux ans pour avoir mon matériel ! ».

En troisième position, viennent les contraintes financières liées à l'accès au financement, avec 8% des femmes rencontrées. Une gérante d'un atelier de couture et broderie déclare :

« J'ai demandé un crédit auprès de ANGEM pour élargir mon atelier et avoir une machine moderne de broderie. Ils ont refusé ma demande et ils m'ont dit que, tant que tu es assurée et que tu travailles, tu n'as pas le droit d'avoir un crédit, (...) la seule solution était d'annuler mon assurance (...)»(entretien, le 29.03.2016).

Pour terminer, la conciliation vie privée /vie personnelle, peur de risque, statut indépendant et manque de compétence, ont moins tendance à être considérés comme des freins à la création d'entreprise.

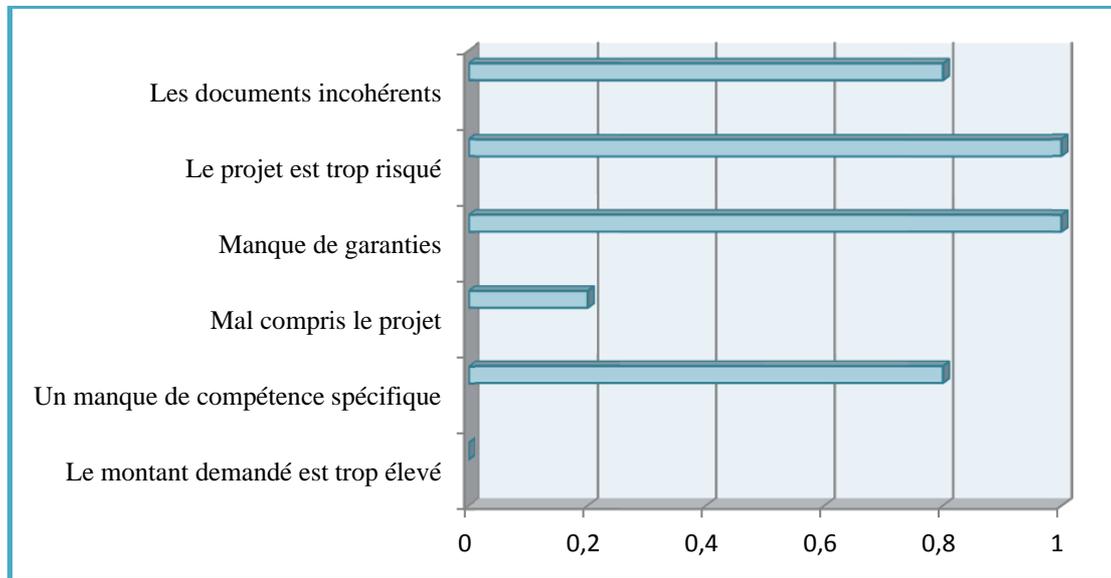
3.3.1. L'accès au financement

La partie « accès au financement » de notre questionnaire a pour but de déterminer :

- les moyens de financement utilisés par les femmes entrepreneures ainsi que leurs besoins de financement au démarrage de leurs activités ;

- Identifier la relation des femmes entrepreneures avec les organismes de soutien à l'entrepreneuriat, et comprendre, si ces outils d'aides ont un réel impact sur l'entrepreneuriat féminin.

Figure n°14 : Les Obstacles qui freinent l'obtention des prêts par les femmes rencontrées



Source : Établi par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

On remarque que les principaux obstacles à l'obtention d'un prêt bancaire évoqués par les banquiers sont le manque de garanties, le risque que comporte le projet (100%), suivi par les documents financiers incohérents et le manque de compétence spécifique chez les femmes qui demandent un crédit (80%). A ces contraintes s'ajoutent le fait que mal compris le projet par les banquiers, un montant demandé trop élevé qui ne posent pas un problème majeur aux yeux des banquiers.

Tableau n°33 : Avis des banquiers sur la création d'entreprises, chez les femmes en tant qu'activité secondaire.

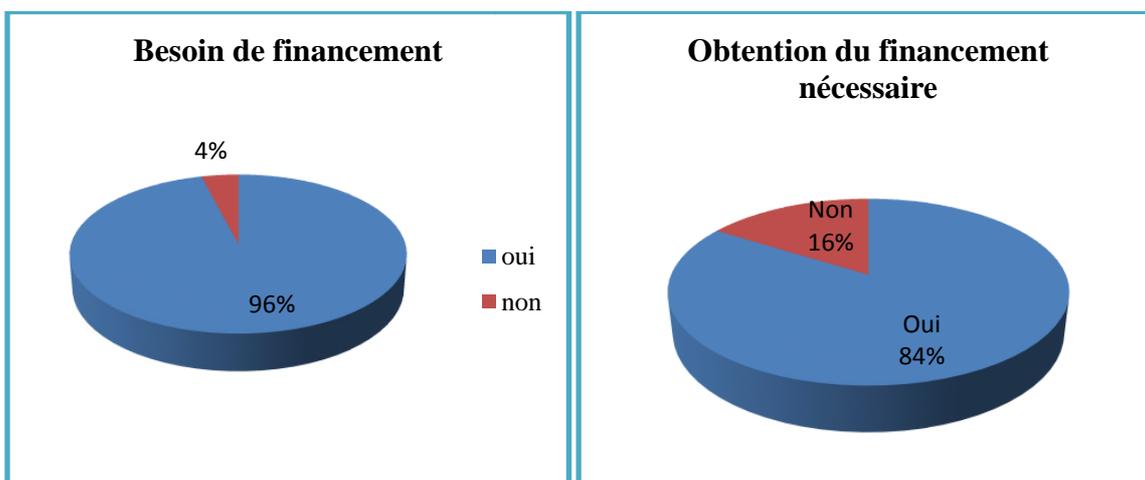
Obstacles	Pourcentage
Pas d'obstacle particulier	60%
Obstacle léger	0%
Obstacle important	20%
Obstacle majeur	0%
Éliminatoire	20%

Source : Établi par nous même à partir des données de notre enquête.

La question du savoir si la création des activités secondaires peut influencer la décision d'octroi d'un prêt par les banquiers, nos banquiers révèlent que ceci ne constitue pas un obstacle particulièrement important pour les banquiers.

3.3.1.1. Besoin de financement au démarrage et l'obtention du financement nécessaire

Figure n°15 : Besoin de financement au démarrage de l'entreprise

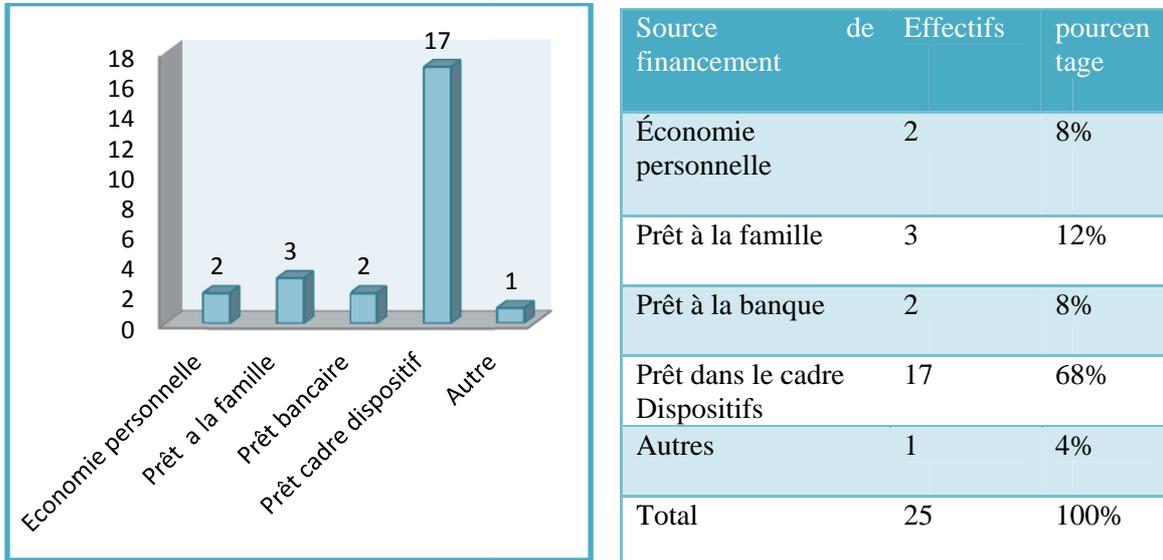


Source : Etablis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

On observe que la plupart des femmes entrepreneures interrogées avaient un besoin de financement au démarrage de leur activité (96%). Seulement (16%) des femmes qui ont répondu à l'enquête rapporte ne pas avoir obtenu le financement dont elles avaient besoin.

3.3.1.2. Les sources de financement au démarrage de l'activité

Figure n°16 (Tableau n °34) : sources de financement des femmes entrepreneures au démarrage de leurs entreprises



Source : Établis par nous-mêmes à partir à partir des données de notre enquête.

Notre étude a révélé que l'origine des fonds nécessaires au lancement de l'activité provient principalement du micro crédits accordés par les dispositifs à la création d'emplois (ANSEJ, ANGEM et CNAC), avec 68% des femmes rencontrées. Une gérante d'une entreprise de fabrication des détergents exprime :

« (...) C'est l'ANSEJ qui m'a aidé au départ, le crédit a été consacré pour l'achat de deux machines ». (Entretien, le 30/03/2016).

Mais ces sources de financement provenant de ces dispositifs ne sont pas suffisantes pour certaines femmes rencontrées. On constate que les femmes entrepreneures interrogées ont eu recours à des ressources financière familiales, parents/ou époux, avec des taux de 12% et 8% respectivement. D'autre encore affirment avoir recouru à leur économie personnelle en s'autofinçant.

L'avantage de la diversification des sources (de financement personnel, famille, parent, conjoint, etc.) est qu'il existe une certaine confiance et souplesse dans les délais de remboursement et que la famille avance des capitaux sans intérêt et sans garanties.

Le fait que les femmes créatrices d'entreprises évitent de recourir à l'extérieur pour les financements de départ peut être expliqué par diverses raisons. Ainsi, les femmes sont

caractérisées par leur manque d'information concernant ces mécanismes de soutiens à l'entrepreneuriat.

3.3.1.3. Les garanties que les femmes ont dû apporter pour le financement du démarrage de leur entreprise

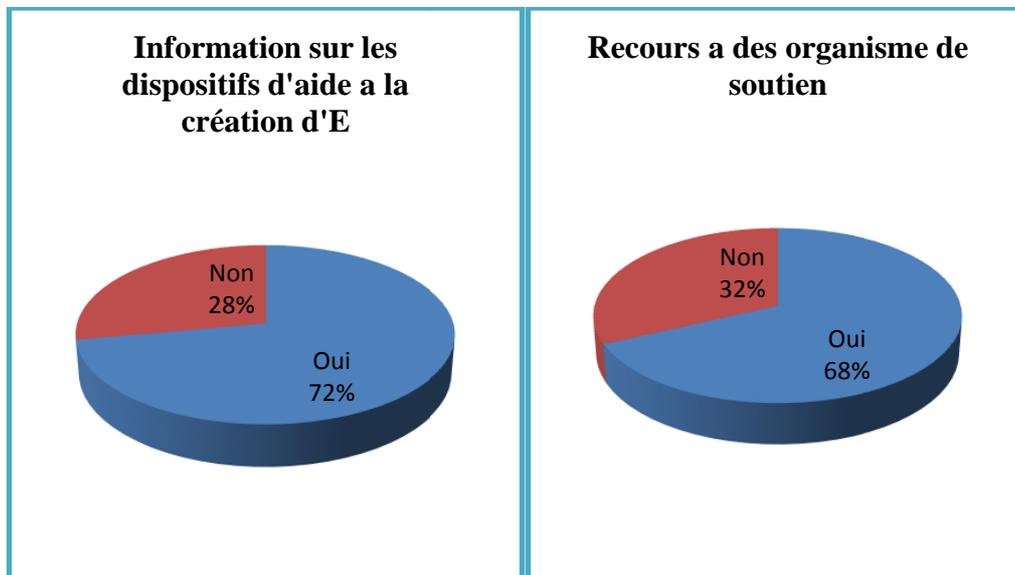
Selon les banquiers interrogés, il n'existe aucune distinction entre les femmes et les hommes en termes de garanties et document demandé à l'entrepreneur. Selon ces banquiers, les garanties à recueillir dépend de type de prêt en général :

- Nantissement des équipements financiers ou du titre et valeur mobilière ;
- Hypothèque des biens immobiliers ;
- Cautionnement des tierces personnes.

3.4. Les Organismes de soutien à la création d'entreprise et de l'emploi (ANSEJ, ANGEM et CNAC)

3.4.1. Information et recours aux organismes de soutiens à l'entrepreneuriat

Figure n°17 : Information sur les dispositifs

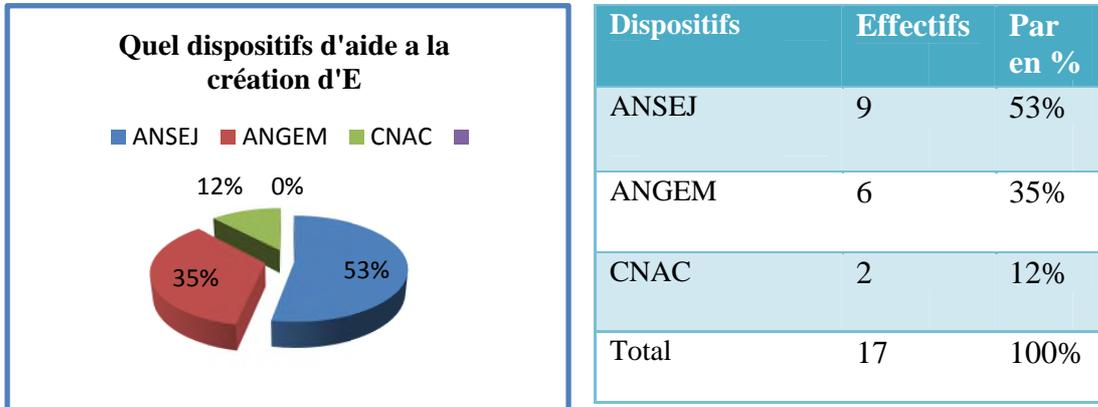


Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

Il est intéressant de souligner que la plupart des femmes entrepreneures interrogées (72%) ont une information sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise et de l'emploi, alors que 68 % d'entre elles ont effectivement eu recours à ces organismes de soutien à l'entrepreneuriat, et 32 % des femmes entrepreneures interrogées ont créé leurs affaires sans recourir à ces dispositifs.

3.4.2. Les dispositifs d'aide à l'emploi

Figure n°18 (Tableau n°35): Quel dispositif d'aide à la création d'entreprise

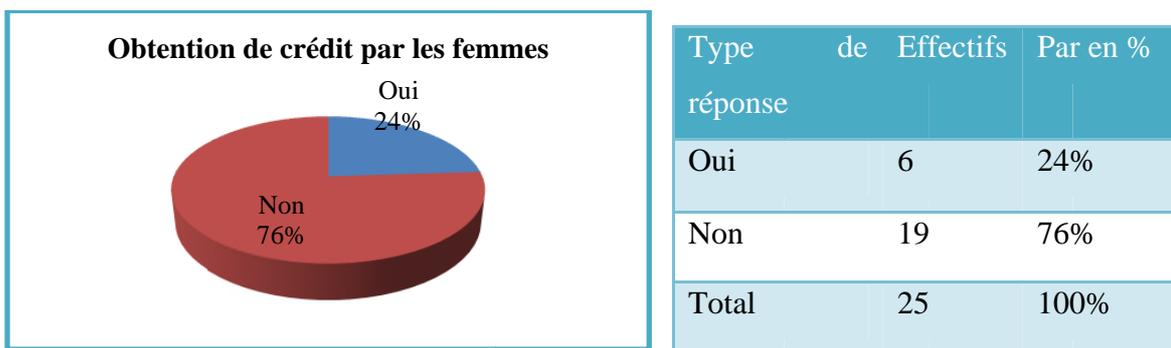


Source: Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête

Près de 68% des femmes enquêtées ont bénéficié des dispositifs d'aide à la création de l'entreprise, soit un nombre de 17 sur 25 dont 9 (53%) ont bénéficié du dispositif de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ). Le dispositif de l'Agence Nationale de Gestion du Micro crédit (ANGEM) est sollicité par 6 enquêtées (35%) et le crédit CNAC a bénéficié à 6% des femmes enquêtées.

3.4.3. Obtention de crédit par les femmes

Figure n°19 (Tableau n°36): Obtention de crédit par les Femmes entrepreneures interrogées



Source : Établis par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

La majorité des femmes de notre échantillon (soit 76%), sont satisfaites des dispositifs de financement qui existent et ne se perçoivent généralement pas discriminées par rapport aux hommes dans les décisions d'octroi de crédit.

Une gérante d'une entreprise de textile affirme :

« (...) Pour moi, il n'existe aucune différence entre les hommes et les femmes, j'ai eu mon crédit facilement auprès de la BDL ». (Entretien, le 31/03/2016).

Pour l'ensemble des banquiers, ne pas avoir un soutien de la part des organismes d'accompagnement ne représente pas un obstacle pour l'obtention de prêt.

Tableau n°37 : Le manque de soutien d'organisme d'accompagnement

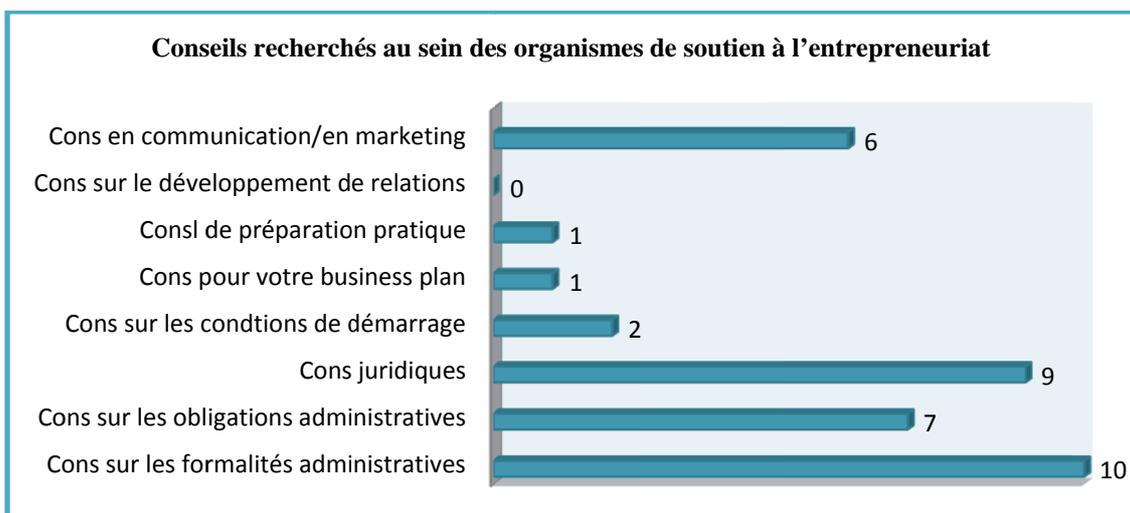
Obstacles	Pourcentage
Pas d'obstacle particulier	100%

Source : Établi par nous-mêmes à partir des données de notre enquête

3.4.4. Les conseils recherchés au sein des organismes de soutien à l'entrepreneuriat

Le graphique ci-dessous montre ce que les femmes recherchent dans ces organismes de soutien à l'entrepreneuriat.

Figure n° 20 : Les conseils recherchés par les femmes entrepreneures rencontrées :



Source : Établi par nos soins à partir des données de notre enquête

Les résultats concernant les 17 femmes ayant déclaré y avoir recours à ces organismes (ANSEJ, ANGEM et CNAC), montrent que les femmes entrepreneures d'Akbou recherchaient avant tout des conseils sur les formalités administratives à remplir (10

femmes sur 17 évoquent ce facteur). Les autres conseils fréquemment recherchés au sein de ces types d'organismes concernent les conseils juridiques (9 femmes) et les conseils concernent les obligations administratives (7 femmes). Nous pouvons également retenir les conseils relatifs à la communication ou au marketing (6 femmes sur 17).

Tableau n° 38 : Participation aux réseaux d'affaires

Type de réponse	Effectifs	Part en %
Non	25	100%

Source : Établi par nous-mêmes à partir des données de notre enquête.

En termes de participation à des réseaux d'affaires ou de contacts, aucune femme entrepreneures interrogées n'intègre ces réseaux. Les principales raisons évoquées sont :

- Le manque d'informations sur les réseaux existants. L'une de nos répondante confirme :

« (...) non, je n'ai jamais entendu parler de ces réseaux d'affaires ou possible que il n'existe pas ce type de réseaux ». (Entretien avec une Gérante d'une entreprise de fabrication des détergents, le 30/03/2016).

- Le manque d'intérêt pour cette activité est également évoqué par certaines femmes rencontrées :

« (...) Je n'ai pas encore eu trop de temps pour participer à un réseau d'affaire. ». (Entretien avec une gérante d'une entreprise de fabrication de textile qui affirme, Le 31/03/2016).

« Je n'ai pas beaucoup de temps libre pour faire des connaissance avec d'autres femmes entrepreneures. Je suis assez occupée avec les enfants et leurs parents ». (entretien avec une propriétaire d'une crèche, Le 07/04/2016).

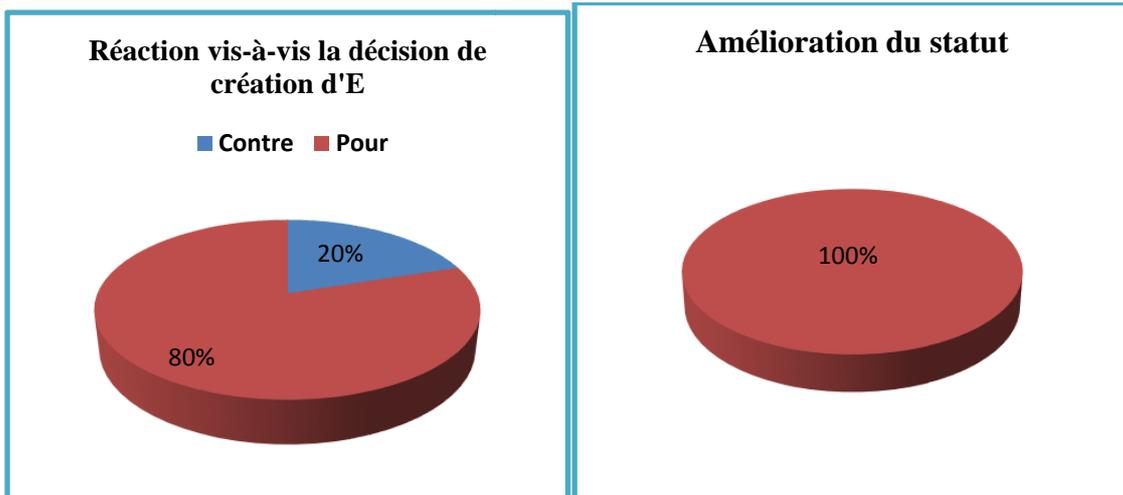
3.5. Contraintes socioculturelle rencontrées par les femmes entrepreneures enquêtées

En plus des contraintes précédemment évoqué qui affectent d'une manière ou d'une autre l'activité des femmes entrepreneures d'Akbou, d'autres difficultés d'ordre socioculturelles essentiellement, pèsent également sur leurs activités d'entrepreneures dans leurs relations

avec leur conjoint et leurs familles. Ces facteurs socioculturels influencent d'une façon directe et indirecte sur le comportement de la femme entrepreneure.

3.5.1. La réaction de la famille vis-à-vis la décision de création d'entreprise chez les femmes rencontrées

Figure n°21 : Réaction vis-à-vis de la décision de création d'entreprise chez les femmes interrogées

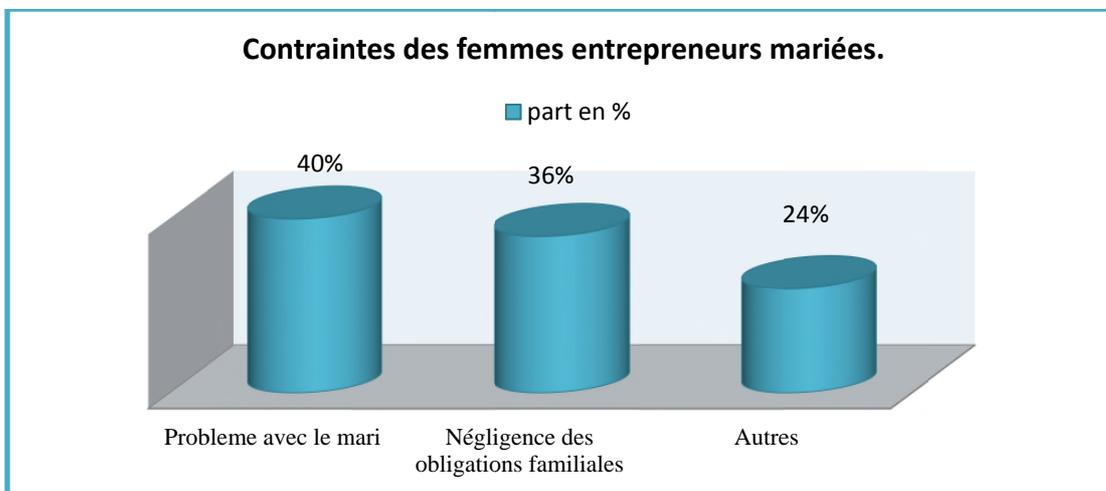


Source : Établis par nous même à partir des données de notre enquête.

D'après les résultats de notre recherche, nous constatons que 80 % de notre population d'étude ont été encouragées par leurs familles à créer leurs entreprises. Par contre, un taux de 20 % des femmes rencontrées ont vu leurs familles s'opposer à leurs projets de création d'entreprise. En ce qui concerne la perception du statut des femmes entrepreneures enquêtées de notre échantillon, toutes les femmes interrogées ont noté que leur statut s'est amélioré après la création de leurs propres entreprises.

3.5.2. Les contraintes socioculturelles rencontrées chez des femmes entrepreneures mariées :

Figure n° 21 : Les contraintes des femmes entrepreneures mariées :

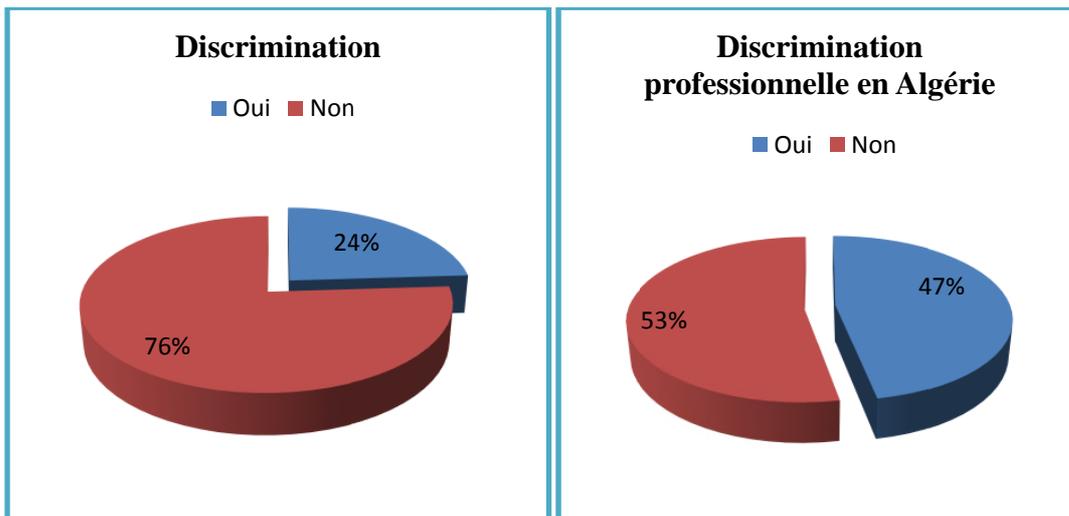


Source : Établi par nous-même à partir des données de notre enquête

D'après les résultats de notre enquête, on constate que 40% des femmes entrepreneures mariées, trouvent des problèmes avec leurs conjoints au démarrage de leurs entreprises. Ces femmes n'ont pas toujours le support nécessaire de leur part, alors que 36 % d'entre elles trouvent que le problème est la négligence de ses obligations envers sa famille. Le choix de la réponse Autre représente 24% de la totalité, qui était préciser par d'autres obstacles comme : surcharge et déplacement fréquente, problèmes avec les beaux-parents, critique de la société. Une femme gérante d'une entreprise de textile en parle :

« J'ai été confrontée au paradoxe de la société, à savoir, une femme aux affaires. Au début de ma carrière entrepreneuriale, j'ai eu recours à prendre un chauffeur pour mes déplacements professionnels, ce qui a enflammé les critiques sans relâche de tout le monde à mon égard (isolement avec un homme étranger, femme mariée accompagnée par un homme étranger, etc.), ce qui m'a amené à passer mon permis de conduire afin de les arrêter de jaser sur moi.(...)et ce n'était pas fini, la critique venait d'encore plus proche : mon beau père qui trouvait anormal que ma propre entreprise soit à mon nom et non à celui de son fils. Et la cerise sur le gâteau, c'est mon mari, qui j'ai l'impression qu'il est jaloux de mon succès !!!!! » (Entretien, le 31/03/2016).

Figure n°22 : Discrimination envers les femmes entrepreneures rencontrées



Source : Établie par nous même à partir des données de notre enquête

Les résultats de nos enquêtes révèlent que 24% des femmes entrepreneures d'Akbou estiment avoir été victimes de discrimination en raison de son sexe. Autrement dit, elles sont confrontées à ce genre de problèmes parce qu'elles sont tout simplement des femmes. Par contre 76 % des femmes enquêtées affirment n'avoir jamais été confrontées à une quelconque discrimination. On remarque aussi que 47% des entrepreneures enquêtées, affirment l'existence de discrimination sexuelle dans le monde de travail en Algérien.

3.5.3. L'avenir de la femme entrepreneure algérienne

Pour analyser le dernier point de notre questionnaire concernant l'avenir de la femme entrepreneure Algérienne, les réponses de nos enquêtées sont différentes, parfois controversées et équivoques. Certaines femmes interrogées en parlent :

« (...) Beaucoup d'opportunités pour une femme entrepreneure, mais avec beaucoup de difficultés à surmonter » (entretien avec une propriétaire d'une crèche, Le 07/04/2016).

« L'avenir de la femme entrepreneure en Algérie est vraiment prometteur. Il suffit de renforcer toutes bonnes volontés, commençant par la femme elle-même, et son entourage (l'État et la société en général) pour qu'il y'ait une bonne réussite » (entretien avec une femme couturière, Le 29/03/2016).

« (...)La femme devra imposer sa place, être un bras de fer, montrer ce qu'elle vaut. Il faut combattre la société, s'armer de patience et ne pas avoir peur de dire les choses » (Entretien avec une gérante d'une boutique de gâteaux, le 27/03/2016).

« (...)Aucun avenir pour la femme Algérienne, c'est décourageant par rapport aux autres pays ! » (Entretien avec une couturière vivant avec un handicap, le 26/03/2016).

Conclusion

Ce chapitre tentait de présenter le résultat de notre enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures de la région d'Akbou. Pour ce faire, nous avons esquissé successivement les caractéristiques des femmes entrepreneures d'Akbou, leurs motivations à entreprendre ainsi les obstacles et contraintes rencontrés par ces femmes.

A partir de nos enquêtes menées chez les femmes d'Akbou, nous pouvons dégager ci-dessous les principales conclusions auxquelles notre investigation empirique a abouti : entre Les résultats de notre enquête.

Au registre du profil et des caractéristiques des femmes rencontrées, nous pouvons retenir que la majorité de nos enquêtées ont plus de 30 ans : la grand part des femmes entrepreneures gérantes de ces entreprises ont un niveau supérieur ou moyen assorti d'une formation professionnelle en lien avec l'activité engagée. Ces femmes interrogées sont également en grande partie mariées avec enfants et sont attiré en plus grand partie par le secteur d'artisanat et les services.

Nos enquerre révèlent également que ce qui motive les femmes entrepreneures d'Akbou, c'est le désir d'organiser leur travail soi-même et le besoin d'autonomie professionnelle.

Les dispositifs d'accompagnement (ENSEJ, ENGEM, CNAC) à la création des entreprises constituent la première source de financement de l'entreprise chez les femmes enquêtées. On est étonné par l'importance et le poids très fort des aides accordés par les dispositifs d'aide à la création d'entreprise dont ont bénéficié ces femmes entrepreneures.

S'agissant des difficultés auxquelles les femmes entrepreneures d'Akbou se trouvent confrontées, les entrepreneures interrogées considèrent globalement qu'il n'y pas de différences fondamentales entre les hommes et les femmes face à l'obtention de crédit : ces femmes affirment ne pas avoir été confrontées à des problèmes de financement particuliers en tant que femmes. La majorité des femmes de notre échantillon sont donc

satisfaites des services de financement qui existent. Nous venons alors d'**infirmer notre première hypothèse supposant que la contrainte financière entrave l'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans la région d'Akbou.**

Ce qui entrave par contre les femmes entrepreneures d'AKBOU à entreprendre, ce sont plutôt les contraintes socioculturelles : nos enquêtes révèlent que les problèmes d'ordre social et familial tels que le manque de soutiens de la part du conjoint et de l'entourage affecte directement ou indirectement l'activité des femmes rencontrées. Nous venons ainsi d'apporter une **confirme à notre deuxième hypothèse de départ supposant que l'émergence et le développement de l'entrepreneuriat féminin à Akbou est entravé par des facteurs liés au fonctionnement de la société Algérienne.**

Conclusion générale

Conclusion générale

Tout au long de ce travail de recherche, nous avons essayé d'apporter des réponses à notre question de départ, à savoir *quels sont les obstacles qui entravent l'émergence de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? S'agit-il de contraintes financières et/ou de contraintes socioculturelles ?*

Pour répondre à cette question et vérifier les hypothèses formulées au départ, nous avons brossé, dans un premier temps, le cadre théorique sur lequel s'appuie notre recherche. Dans un deuxième temps, nous avons présenté un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Dans un troisième temps, nous avons identifié les principales caractéristiques de la femme entrepreneure d'Akbou, les différentes motivations qui poussent ces femmes à se lancer dans les affaires ainsi que les contraintes auxquelles ces femmes se trouvent confrontées. Nous avons ainsi opté pour une méthodologie axée sur une étude monographique axée sur l'analyse des motivations et contraintes auxquelles les femmes de la région d'Akbou se trouvent confrontées. Cette monographie combine une enquête de terrain par questionnaire et par entretien auprès d'un échantillon de 25 femmes entrepreneures de la région d'Akbou et une analyse de données collectées auprès des services concernés.

Ainsi, les enseignements de cette recherche permettent de dégager trois principales conclusions portant successivement sur les caractéristiques, les motivations ainsi que les obstacles que rencontrent les femmes entrepreneures de la région d'Akbou :

- ***Les traits caractéristiques des femmes entrepreneures de la région d'Akbou :*** d'abord, les femmes entrepreneures rencontrées ont en majorité plus de 30 ans et majoritairement mariées avec plus de trois enfants. Ces femmes ont généralement un haut niveau d'instruction (universitaire), leurs activités sont orientées majoritairement dans des secteurs traditionnellement féminins : *artisanat et service*. Nous avons constaté également que le secteur d'activité des femmes rencontrées n'a pas été choisi au hasard, mais qu'il correspond au diplôme de formation professionnelle ou universitaire qu'elles disposent, ce qui leur permet de perfectionner et maîtriser leur métier. Nous avons constaté également que le temps consacré par ces femmes à la vie professionnelle est très élevé (entre 50 à 60 heures par semaine).

- **Les motivations des femmes entrepreneures de la région d'Akbou :** notre étude montre que parmi les motivations de ces femmes à la création de l'entreprise, le besoin *d'organiser un travail soi-même* est le facteur le plus fréquemment évoqué. Il est suivi de près par le besoin *d'autonomie professionnelle*, du besoin d'accomplissement personnel et de la volonté de relever un défi.
- **Les difficultés à entreprendre au féminin dans la région d'Akbou :** La démarche entrepreneuriale en Algérie n'est aussi simple, d'après les femmes entrepreneures de notre échantillon, plusieurs contraintes entravent leur parcours entrepreneurial, ralentit ou freine leurs décisions de création des entreprises.

-L'accès au financement : les résultats de notre enquête montrent que la majorité de femmes entrepreneures de notre échantillon utilisent les organismes d'aide aux entreprises, elles sont satisfaites des services de financement qui existent et elles ne se perçoivent généralement pas discriminées par rapport à leur homologue masculin. Elles critiquent modérément ces institutions d'aide à la création d'entreprise en termes de la complexité des procédures de création et d'enregistrement des entreprises due à leur manque formation et d'information adéquates. Leurs attentes à l'égard de ces organismes sont essentiellement le soutien administratif et les conseils juridiques (hypothèse infirmée).

-Les contraintes socioculturelles : la majorité des femmes entrepreneures de notre échantillon rencontrent des contraintes socioculturelles émanant de l'environnement, tels que le manque de soutien de la part de l'entourage et les problèmes avec le conjoint. Ces contraintes socioculturelles réduisent et limitent l'envie des femmes d'aller vers l'entrepreneuriat (hypothèse confirmée).

Nous venons ainsi de répondre à la problématique de notre recherche et de vérifier nos hypothèses de départ. Nous pouvons donc affirmer que la femme entrepreneure algérienne, illustrée par celle de la région d'Akbou rencontrent autant de contraintes socioculturelles liées à la nature de la société algérienne que de problèmes financiers dans leurs aventures entrepreneuriales.

- **Les difficultés et perspectives de la recherche**

Comme tout autre travail de recherche, le nôtre s'est heurté à un certain nombre de difficultés dont nous soulignons ci-dessous les plus importantes :

-La représentativité de l'échantillon : étant donné l'entrepreneuriat féminin est un phénomène naissant et en évolution dans le contexte algérien, nous pensons que notre échantillon, composé de 25 femmes activant dans un espace géographique réduit de la wilaya de Bejaia, est assez représentatif pour pouvoir repérer les caractéristiques, les motivations et les obstacles les femmes entrepreneures d'Akbou rencontrent.

-La portée des résultats : l'une des principales difficultés de cette recherche est l'impossible généralisation des résultats obtenu ni sur l'échelle de la wilaya de Bejaia ni à l'échelle nationale. Notre étude portant sur une région spécifique dans la wilaya de Bejaia est un cas unique non généralisable. Pour pouvoir généraliser ces résultats (aussi bien au niveau de la wilaya de Bejaia que sur l'ensemble le territoire national), il faudrait engagées d'autres recherches sur d'autres territoires et régions (de la wilaya ou d'Algérie). Cet élargissement pourrait servir également de comparaisons multi-cas entre les différentes régions (territoires) de la wilaya et du pays.

-La difficulté de prendre contact avec les femmes entrepreneures d'Akbou. Cela est dû principalement au manque d'informations sur l'adresse ou le numéro de téléphone des femmes entrepreneures à rencontrer. En effet, nous avons sollicité plusieurs fois les organismes (ANSEJ, etc.), qui répertorient la liste des femmes entrepreneures d'Akbou et leurs coordonnées, sans pouvoir obtenu les renseignements et les contacts des femmes à rencontrer. Cela nous contraint d'utiliser les relations interpersonnelles pour pouvoir identifier les femmes de notre échantillon.

- Non disponibilité et refus de plusieurs femmes pour répondre à nos sollicitations : durant la réalisation de notre enquête de terrain, nous souhaité rencontrées le maximum de femmes entrepreneures d'Akbou que nous avons repéré afin d'améliorer la représentativité notre échantillon. Cela n'était pas finalement possible : la non disponibilité de certaines des unes et le refus catégorique des autres de répondre à nos nombreuses sollicitations, font que sur un total de 45 femmes sollicités, nous n'avons pu rencontrer que 25.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

I. Ouvrages

- Boutillier S. (2008), *Humanisme et entreprise, Femmes entrepreneures : motivations et mobilisation des réseaux sociaux*, A.A.E.L.S.H.U.
- Chmitt Ch. (2008), *Regards Sur L'évolution Des Pratiques Entrepreneuriales*, PUQ.
- Duchéneau B.(1996), *Les Dirigeants de PME: enquête, chiffres, analyses pour mieux les connaître*, Maxima.
- Hernandez E-m. (2001), *L'entrepreneuriat, approche théorique*, Paris : L'Harmattan.
- Hisrich R et Peters M. (1991), *Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise*, Economica, Paris.
- Julien P-A. Marchesnay M. (1997), *Economie et stratégies industrielle*, Economica, Paris.
- Lavoie D. (1988), *Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme*, Ottawa.
- Verstraete T. (2000), *Histoire d'entreprise : les réalités de l'entrepreneuriat, Management et Société*, EMS, Paris.
- Verstrete T. Saporta B. (2006), « Création d'entreprise et entrepreneuriat », éd Adreg, Paris.
- Wtterwulge R. (1998), *La P.M.E. une entreprise humaine*, Boeck Supérieur.

II. Rapport et documents

- Bouzekraoui. H, Ferhane. D, (2006), « Les facteurs déclencheurs de l'entrepreneuriat féminin chez les étudiantes universitaires : revue de la littérature »
- Bulletin d'information statistique ME et de l'artisanat 2013.
- Charles J, « Entrepreneur: Pourquoi ? Comment ? Quoi ? ».
- Didier V. (1995), « L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs ».
- Gaboussa A, Korichi Y, Lekhal K (2013) ,« Les PME en Algérie : État des lieux, contraintes et perspectives ».
- Gharbi S, « Les PME/PMI en Algérie : état des lieux »,Documents de travail n°238, Université de la littorale côte d'opale laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, 2011.
- Hien. F. (2002), « L'entrepreneuriat féminine au Burkina Faso : Une étude exploratoire »

Koreen.M, (2000), « Les femmes entrepreneurs à la tête de pme : Pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir », Document de référence, Atelier N°3, Le financement des entreprises dirigées par les femmes.

Kounta. S. (1997), « Caractéristiques de l'Entrepreneurship féminin au Mali ».

L.Robert. (2003), « Les femmes se prononcent : stratégies féministes d'entreprise pour les femmes francophones », Réseau femmes Colombie-Britannique.

Legare M H., Louise S. (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneurs », HEC, Canada.

Zouiten J, Levytadjine T. (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IVème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Paris 24-25 Novembre.

III. Articles et communications

Berreziga A, Meziane A. (2012), « La culture de l'entrepreneuriat chez les entrepreneurs algériens », Colloque National sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie.

Boutillier S, Uzunidis D. (2000), « L'entrepreneur : *acteur et fonction social* » Une réflexion à partir de comportement économique et structures sociales d'André Nicolai (première édition 1960, réédition 2000).

BouzekraouiH. Driss F. (2015), « Les obstacles au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc ».

Bulletin d'information statistique ME et de l'artisanat 2013.

Debbih Z, (2014), « Le rôle de la politique publique dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : entre réalité et attentes. », Les 5èmes journées scientifiques internationales sur l'entrepreneuriat, Biskra.

Didier.G, (2013), « Caractéristiques de propriétaire-dirigeant de PME entre l'être et le faire, où en sommes-nous », Conférence Internationale de Management Stratégique.

Estay C. (2006), « La motivation entrepreneuriale » Université des sciences technologies de Lille 1 Institut d'Administration des Entreprises.

Fernandez. B, Scotto. J, Fischer .F (2014), « Entreprendre en France ? Les motivations des femmes ».

Filion L J. (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Revue internationale P.M.E : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 10, n° 2.

Filion L.J. (2000), « Typologie d'entrepreneur - Est-ce vraiment utile ? » Cahier de recherche no 2000-14.

Gillet. A.(2003), « Les femme créatrices de PME en Algérie : motivation, parcours socioprofessionnel et stratégie d'existence ».

hamberlin D. (1996), « Femmes entrepreneurs : Catalyseurs de transformation.

Jaziri Raouf « Une vision renouvelée des paradigmes de l'entrepreneuriat : Ver une reconfiguration de la recherche en entrepreneuriat ».

Lebegue T, Chabaud D. (2013), Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives, Arihme.

Léger.J, Teresa N, Chasserio S. (2015), Perspectives francophones sur les femmes entrepreneurs : au-delà des approches comparatives, vers une approche compréhensive, Le Revue de l'Entrepreneuriat.

OCDE. (2004), « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée, vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée », La 2ème conférence des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME), Istanbul,

Ongodo. M,Nkakleu. R. (2009), « Influence des structures d'accompagnement sur les pratiques de gestion de 250 PME/PE camerounaises en phase de démarrage », Colloque International : « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11eme Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat » Mai, INRPME, Trois-Rivières, Canada.

Powers.T. (2009), « Les obstacles et les solutions des femmes entrepreneurs des régions ressources au Quebec ».

Taya Y. (2008), « l'émergence des femmes entrepreneurs au Maghreb», Colloque international sur l'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : « Opportunité, contrainte et perspective », Hôtel Hilton , Alger.

Tounes A. (2006), « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept » n°03-73.

Zahra Arasti. (2008), « L'entrepreneuriat Féminin En Iran : Les Structures socioculturelles », Revue Libanaise de Gestion et d'Economie.

IV. Thèses et mémoires

Bouira. N.(2014),« Développement et perspective des PME algérienne », Mémoire de magister en management, option : stratégie, Université d'Oran.

Chalal F. (2011), « Les trajectoire personnelle et socio professionnelles des femmes entrepreneurs en Algérie .le cas de la wilaya de Bejaia », Mémoire de magister en sociologie, université A. Mira de Bejaia.

Dif Aicha. (2010), « L'entrepreneuriat Féminin Cas de la wilaya d'Oran » Mémoire de magister en Science commercial. Option : Management des entreprise, université d'Oran Es-Senia

Légaré.H. (2000), « La performance de l'entreprise en fonction du sexe du propriétaire », Mémoire en vue de l'obtention du grade de maitre en science de la gestion

Oukaci M,(2010), « Essai de mesure de la contribution de la connaissance à la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaïa », Mémoire de Magister en en Sciences de Gestion, Option : Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat.

Rajhi N. (2011), « Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien », Thèse doctorat en science de gestion, Université de Grenoble.

V. Lois et textes réglementaires

Journal Officiel de la république Algérienne N °77, 15 décembre 2001, Chapitre II. Article.

La loi d'orientation N° 01-18 du 12 décembre 2011, portant sur la promotion de la P.M.E.

VI.Webographie

<http://www.1001infos.net/algerie/entrepreneuriat-en-algerie-faible-progression-de-la-participation-feminine.html>:

<http://www.algeriacorporategovernance.org/pme-prive.php>:

<http://www.algerie-focus.com/2016/03/8-mars136-204-femmes-daffaires-recensees-en-algerie/>:

<http://www.angem.dz>:

<http://www.ansej.dz>:

<http://www.lejournaldelemploi.dz>:

<http://www.lesoirdalgerie.com>:

<http://www.lexpressiondz.com>:

www.algeria.com:

www.algerie-dz.com:

*Liste des tableaux
et figures*

La liste des figures

Figure n° 1 : Evolution du nombre des PME privées en Algérie (2009-2013).....	35
Figure n°2 : Les projets financés par l'ANSEJ selon le sexe du créateur au 31/12/2015..	41
Figure n°3 : L'âge des femmes l'entrepreneures	61
Figure n°4 : La situation familiale des femmes entrepreneures.....	62
Figure n° 5 : Nombre d'enfants.....	63
Figure n°6 : Le niveau d'instruction	64
Figure n°7 : Le secteur d'activité	65
Figure n° 8 : Sources de motivations des femmes entrepreneures.....	67
Figure n°9 : Motivations a entreprendre d'après les banquiers.....	68
Figure n°10 : Nombre d'Heure/semaine consacrées à l'entreprise	69
Figure n°11 : Activités des femmes entrepreneures en dehors de l'entreprise.....	70
Figure n°12 : Intention de développer les entreprises à l'échelle internationale	71
Figure n°13 : Obstacles rencontrés au démarrage de l'entreprise	72
Figure n°14 : Les Obstacles qui freinent l'obtention des prêts par les femmes rencontrées	74
Figure n°15 : Besoin de financement au démarrage de l'entreprise	75
Figure° 16 : sources de financement des femmes entrepreneures au démarrage de leurs entreprises.....	76
Figure n°17 : Information sur les dispositifs.....	77
Figure n° 18 : Quel dispositif d'aide à la création de l'entreprise.....	78
Figure n°19 : Obtention de crédit par les Femmes entrepreneures interrogées	78
Figure n°20 : Conseils recherchés par les femmes	80
Figure n°21 : Réaction vis-à-vis la décision de création d'entreprise chez les femmes interrogées	82
Figure n°22 : les contraintes des femmes entrepreneures mariées	82
Figure n° 23 : Discrimination envers les femmes entrepreneures rencontrées.....	83

Liste des Tableaux

Tableau n°1: Typologies de l'entrepreneur	10
Tableau n°2: Critères les plus couramment utilisés pour l'élaboration de typologies en entrepreneuriat	12
Tableau n°3: questionnement des chercheurs en fonction des principaux courants de pensée	15
Tableau n°4 : Financement d'une nouvelle entreprise	25
Tableau n°5: L'impact économique féminin sur la croissance économique	29
Tableau n°6 : Modes de financement proposés par l'ANSEJ.....	40
Tableau n°7: Les projets financés par l'ANGEM selon le sexe du créateur au 31.12.2015.....	42
Tableau n°8: Évolution de la population des PME privées et de l'emploi dans la wilaya de Bejaia	50
Tableau n°9: répartition du nombre des PME privées dans la wilaya de bejaia par genre au 31 .12.2012	50
Tableau n°10: la répartition des PME féminine selon EFFECTIF e d'entreprise	51
Tableau n°11: répartition des projets financés par l'ANGEM selon le niveau d'instruction2011-2015	51
Tableau n°12 répartition des projets financés par ANGEM selon le secteur d'activité 20116-201552	
Tableau n°13 : Répartition des projets financés par la CNAC par commune selon le genre féminin 2011-2015	53
Tableau n°14 : répartition des projets financés par la CNAC au genre féminin selon le secteur d'activité	53
Tableau n°15 : Répartition des projets financés par ANSEJ au genre féminin selon le secteur d'activité 2011-2015	54
Tableau n°16 : répartition des projets financés par ANSEJ au genre féminin selon le niveau d'instruction 2011-2015	54
Tableau n°17 : répartition des projets financés par ENGEM selon le secteur d'activité femme Akbou.....	56
Tableau n°18 : répartition des projets financés par ANGEM selon le niveau d'instruction des femmes Akbou	56
Tableau n°19 : répartition des projets financés par ANSEJ selon le secteur d'activité femme Akbou.....	57
Tableau n°20 : répartition des projets financés par ANSEJ selon le niveau d'instruction des femmes Akbou	57

Tableau n°21 : L'âge de LA femmes l'entrepreneures.....	61
Tableau n°22 : La situation familiale des femmes entrepreneures.....	62
Tableau n°23 : Nombre d'enfants des femmes entrepreneures d'Akbou.....	63
Tableau n°24 : Niveau d'instruction des femmes entrepreneures	64
Tableau n°25 : Secteur d'activité des femmes entrepreneures	65
Tableau n°26 : Idée de création d'entreprise chez les femmes d'akbou.....	66
Tableau n°27 : Sources de motivation	67
Tableau n°28 Nombre d'Heure/semaine consacrées à l'entreprise.....	69
Tableau: n°29 Activités des femmes entrepreneures en dehors de l'entreprise.....	70
Tableau n°30 : Les facteurs de réussite pour la création d'une entreprise	70
Tableau n°31 : Intention de développer les entreprises à l'échelle internationale	71
Tableau n°32 : Les obstacles rencontré au démarrage de l'entreprise.....	72
Tableau n°33 : avis des banquiers sur la création d'entreprise chez les femmes en tant qu'activité secondaire.....	75
Tableau n°34 : source de financement des femmes entrepreneures au démarrage de leurs entreprises.....	76
Tableau n°35 Quel dispositif d'aide a la création d'entreprise.....	78
Tableau n°36 : Obtention de crédit par les Femmes entrepreneures	78
Tableau n°37 : Manque de soutien d'organisme d'accompagnement.....	79
Tableau n°38 : Participation aux réseaux d'affaire.....	80

Annexes

UNIVERSITE A-MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DES SCIENCES DE
GESTION ET DES SCIENCES COMMERCIALES

Option : Monnaie Banque et Environnement International

Enquête par questionnaire

Thème :
Entrepreneuriat féminin en Algérie : motivations et contraintes.

Cas de la région d'Akbou

La présente enquête fait partie de l'élaboration d'un mémoire de Master en Sciences économiques, option Monnaie Banque et Environnement International, à la Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales de l'Université de Bejaia. Elle est destinées à un échantillon des femmes entrepreneures de la région d'Akbou, les informations recueillies demeureront confidentielles et ne feront l'objet que d'une utilisation purement pédagogiques et de recherche scientifique.

Nous vous prions de bien vouloir répondre au questionnaire suivant.

Merci pour votre coopération.

Élaboré par :
LOUHAB Samia
TIGHILT Sabrina

I. QUESTIONNAIRE N° 1 ET GUIDE D'ENTRETIEN DESTINÉ AUX FEMMES ENTREPRENEURES

1- Profil de la femme entrepreneure

- Age :.....ans
- Quel est votre niveau d'étude

- Primaire
- Secondaire
- Moyen
- Supérieur
- Formation professionnelle

- **La situation familiale**

- Mariée/Conjointe
- Célibataire
- Divorcée
- Veuve

- **Le nombre d'enfants**

- Plus de 3 enfants
- 3 enfants
- 2 enfants
- Un seul enfant
- Aucun enfant

2- Les intentions et motivations à entreprendre :

- **Comment a été apparue l'idée de devenir entrepreneure, Pourquoi ?**

.....
.....

- **Quelles étaient vos motivations pour entreprendre ?**

- Besoin d'autonomie professionnelle
- Besoin d'accomplissement personnel
- Désir d'organiser travail soi-même
- Relever un défi
- Croyance en un produit / service
- Opportunité d'affaires
- Raisons familiales
- Influence de l'entourage
- Possibilités d'évolution limitées
- Demandeur d'emploi
- Conflit dans l'emploi précédent
- Déménagement
- Autre

• **Dans quel secteur d'activité avez-vous créé votre entreprise**

- services
- artisanat
- BTP
- industriel
- Agriculture

• **Combien d'Heures par semaine consacriez-vous à votre entreprise ?**

- Moins de 20 heures
- Entre 20 et 30 heures
- Entre 30 et 40 heures
- Entre 40 et 50 heures
- Entre 50 et 60 heures
- Plus de 60 heures

• **Activité principale en dehors de l'entreprise**

- Soin et éducation des enfants/famille
- Formation-Loisirs
- Autre activité rémunérée
- Activité sociale non rémunérée
- Autre

• **Êtes-vous encouragé par votre entourage (famille, amis, professeur,) pour la création de votre entreprise ?**

- Oui
- Non

• **Selon vous, pour réussir une création d'entreprise, il vous faut :**

- De l'argent
- De la chance
- Une forte implication
- Une bonne idée
- Climat favorable
- Les cinq précédentes

• **Prévoyez-vous de développer votre entreprise à l'échelle :**

- Nationale
- Internationale

• **Comment voyez-vous l'avenir de la femme entrepreneure en Algérie?**

.....
.....
...

3- OBSTACLE ET CONTRAINTES

- **Obstacles au démarrage de l'activité selon leur intensité (1 à 9)**

- Surplus des charges administratives
- Conciliation vie privée / vie professionnelle
- Accès au financement
- Trouver un local
- Trouver des clients
- Statut d'indépendant
- Peur de risque
- manque de compétences/connaissances spécifiques
- manque de soutien de la part de l'entourage

- **L'accès au financement**

- **Aviez-vous besoin de financement au démarrage de votre entreprise ?**

- Oui
- Non

- **Quelles ont été vos sources de financement au démarrage de votre activité ?**

- Économie personnelles
- Prêt à la famille
- Prêt bancaire
- Autre

- **Avez-vous obtenu le financement dont vous aviez besoin ?**

- Oui
- Non ;

- Si non, pourquoi ?

- **Pensez-vous que les hommes obtiennent plus facilement des crédits que les femmes ?**

- Oui
- Non

4- Organismes de soutien à la création de l'entreprise :

- **Avez-vous déjà été informé(e) sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise ?**

- Oui
- Non

- **Avez-vous recherché par vous-même de l'information sur les dispositifs d'aide à la création d'entreprise?**

- Oui
- Non

- **Avez-vous (eu) recours à des organismes de soutien à l'entrepreneuriat ?**

- Oui
- Non

- **Quel dispositif d'aide à la création d'entreprise que vous avez sollicité ?**

- ANSEJ
- ANGEM
- CNAC
- AND
- Autres

- **Faite vous partie d'un ou de réseau(x) d'entrepreneure ?**

- Oui
- Non

- Si oui, quels réseaux d'entrepreneure ?

- Si non pourquoi ?

- **Cochez les types de conseils que vous recherchez au sein des organismes de soutien à l'entrepreneuriat ?**

- Conseils sur les formalités administratives
- Conseils sur les obligations administratives
- Conseils juridique
- Conseils sur les conditions de démarrage
- Conseils pour votre business plan

- Conseils de préparation pratique
- Conseil sur le développement de relations
- Conseils en communication/en marketing

- **Quel a été la réaction de votre famille vis-à-vis votre décision de création d'entreprise?**

- Contre
- Pour

- **Votre métier a-t-il un impact sur votre statut social ?**

- Amélioration du statut
- Mon succès (statut) est mal perçu par la société

- **Selon votre pratique et vos observations personnelles, quels sont les obstacles majeurs que rencontrent les femmes d'affaire mariées ?**

- problèmes avec le mari
- négligence des obligations familiales.
- Autres

- **Avez-vous été confrontée à la discrimination du fait que vous êtes femme ?**

- Oui
- Non

- **D'après vous, en Algérie, les femmes souffrent-elles de discrimination professionnelle ?**

- Oui
- Non

II. QUESTIONNAIRE N° 2 destiné aux banques

- **Cochez les 3 motivations à entreprendre qui vous semblent les plus convaincantes pour l'obtention d'un prêt chez les femmes ?**

- Besoin d'autonomie professionnelle
- Besoin d'accomplissement personnel
- Désir d'organiser travail soi-même
- Relever un défi
- Croyance en un produit / service Opportunité d'affaires
- Raisons familiales
- Influence de l'entourage
- Possibilités d'évolution limitées
- Demandeur d'emploi
- Conflit dans l'emploi précédent

- **Dans quelle mesure créer son entreprise en tant qu'activité secondaire représente il un frein à l'obtention d'un prêt bancaire pour une femme entrepreneure ?**

- Pas d'obstacle particulier
- Obstacle léger
- Obstacle important
- Obstacle majeur
- Eliminatoire

- **Si le demandeur de prêt (femme) crée son entreprise en tant qu'activité secondaire, quelles garanties, quels documents demandez-vous à l'entrepreneur pour accorder le prêt :**

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

- **Dans quelle mesure ne pas avoir le soutien d'organismes de financement représente-t-il un obstacle à l'obtention du prêt ?**

- Pas d'obstacle particulier

- Obstacle léger
- Obstacle important
- Obstacle majeur
- Eliminatoire

- **Dans quelle mesure ces critères représentent- ils des freins au financement des femmes entrepreneures ?**

- Le montant demandé est trop élevé
- Un manque de compétences spécifiques
- Vous avez mal compris le projet
- Manque de garanties
- Le partage des risques est faible
- Le projet est trop risqué
- Les documents financiers sont incohérents
- La conciliation entre vie privée et vie professionnelle de l'entrepreneur risque
- d'être difficile

CAISSE NATIONALE ASSURANCE CHOMAGE

C. N. A. C

PROJET FINANCES PAR LE DISPOSITIF D'AIDE A LA CREATION D'ACTIVITE/REPARTIS PAR COMMUNE SELON LE GENRE FEMININ

Exercice 2011 jusqu'a 2015



COMMUNE	NOMBRE DE PROJET	NOMBRE D'EMPLOI
ADEKAR	01	03
AIT RZINE	02	03
AIT SMAIL	02	04
AKBOU	02	04
AKFADOU	01	01
AMALOU	01	01
AMIZOUR	05	09
AOKAS	07	16
BARBACHA	03	04
BEJAIA	106	216
BENI KSILA	02	03
BENI MAOUCH	02	04
BENI MELIKECHE	01	03
BOUDJELLIL	06	12
BOUHAMZA	01	01
BOUKHELIFA	01	02
CHELATA	01	01
CHEMINI	02	04
DARGUINA	01	01
EL KSEUR	01	01
IFALLEN ILMATEN	03	03
IGHIL ALI	02	04
IGHRAM	03	07
KHERRATA	01	02
LEFLAYE	02	04
M' CISNA	02	05
MELBOU	02	04

COMMUNE	NOMBRE DE PROJET	NOMBRE D'EMPLOI
OUED-GHIR	04	09
OUZELLAGUEN	08	18
SEDDOUK	07	14
SEMAOUN	02	05
SIDI-AICH	06	11
SIDI AYAD	02	05
SOUK-EL-TENINE	07	13
SOUK OUFELLA	02	04
TALA HAMZA	05	11
TASKRIOUT	01	02
TAZMALT	04	10
TICHY	03	07
TIFRA	01	03
TIMERZRIT	03	07
TOUDJA	01	02



CAISSE NATIONALE ASSURANCE CHOMAGE

C N A C



**PROJET FINANCES ACCORDES AU GENRE FEMININ REPTIS PAR SECTEURS D'ACTIVITE DU
DISPOSITIF D'AIDE A LA CREATION D'ACTIVITE CNAC 30-50 ANS**

Exercice 2011 jusqu'a 2015

SECTEURS D'ACTIVITE	NOMBRE DE PROJET	NOMBRE D'EMPLOI
Agriculture	17	32
BTPH	02	04
Industrie	57	119
Service	173	360
Transport	18	28
TOTAL	267	543

Table des matières

TABLE DES MATIERES

Introduction générale	1
CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ : CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL	
Introduction	5
SECTION 1 : L'entrepreneuriat : cadre théorique et conceptuel	5
1.1.Cadre général.....	5
1.1.1.Définition de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur.....	5
1.1.1.1.Définition de l'entrepreneuriat	5
1.1.1.2.Définition de l'entrepreneur	7
1.1.2.Les caractéristiques et typologies de l'entrepreneur	8
1.1.2.1.Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	8
1.1.2.2.Les typologies de l'entrepreneur	10
1.1.3.L'importance de l'entrepreneuriat.....	12
1.1.3.1.La croissance économique	12
1.1.3.2. La création d'entreprise et le renouvellement du parc d'entreprise	12
1.1.3.3.L'innovation	13
1.1.3.4. La création d'emploi.....	13
1.1.3.4.Approches théoriques de l'entrepreneuriat	13
1.2.1.L'approche fonctionnelle	13
1.2.2.L'approche par les traits	14
1.2.3. Approche par les processus	14
SECTION 2 : Femmes entrepreneures : cadre général	15
2.1.L'entrepreneuriat féminin : approche théorique et conceptuelle.....	16
2.1.1.Quelques définitions.....	16
2.1.2. Quelques éléments de recherche sur l'entrepreneuriat féminin	16
2.1.3.Les approches féministes de l'entrepreneuriat féminin.....	20
2.1.3.1.Féminisme libéral égalitaire	20
2.1.3.2.Féminisme socialiste	20
2.2.Eléments de littérature empirique de l'entrepreneuriat féminin à l'échelle mondiale.....	21
2.2.1.Les caractéristiques des entrepreneures	21
2.2.1.1.Caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures.....	21

2.2.1.2.les caractéristiques des entreprises privilégiées par les femmes en affaires	24
2.2.2.Motivations des entrepreneures.....	26
2.2.3.Les difficultés des femmes entrepreneures	27
2.2.L’entrepreneuriat féminin dans le monde et son impact économique	28
Conclusion.....	31

CHAPITRE II : L’ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LE CONTEXTE ALGERIEN

Introduction.....	32
-------------------	----

SECTION 1 : La PME/TPE, entité fondamentale du phénomène entrepreneurial

1.1. La PME/TPE en Algérie : cadre général	32
1.1.1. Quelques définitions.....	32
1.1.2. Les composantes de la PME en Algérie et son évolution	33
1.1.2.1.Les composantes de la PME en Algérie.....	33
1.1.2.2. Évolution des PME privées	34
1.1.3. Les caractéristiques des PME privées algériennes.....	35
1.1.4.Les contraintes au développement des PME/PMI en Algérie.....	36
1.1.4.1.Les contraintes financières :	36
1.1.4.2.Les contraintes administratives	36
1.1.4.3.Les contraintes d’informations.....	36
1.2. L’entrepreneuriat en Algérie : genèse et évolution	37
1.2.1.La période de planification socialiste 1962-1982	37
1.2.2.Les réformes visant l’encadrement et l’orientation de l’entreprise privée (1982-1988) .	38
1.2.3.La période de libéralisation tout azimut et de relance de la PME (1988 à nos jours).....	38

SECTION 2 : L’entrepreneuriat féminin en Algérie.....

2.1. Les dispositifs d’appui et d’accompagnement à la création des entreprises en Algérie ...	39
2.1.1. Le dispositif ANSEJ	40
2.1.1.1. Les modes de financement proposés par l’ANSEJ	40
2.1.2. Le dispositif ANGEM	41
2.1.3. Le dispositif CNAC.....	43
2.2. Données statistiques sur l’entrepreneuriat féminin en Algérie	44
2.3.Les contraintes à l’émergence de l’entrepreneuriat féminin en Algérie	46
2.3.1. L’accès difficile au marché	47
2.3.2. L’environnement à risque.....	47

2.3.3. La difficile conciliation entre la vie familiale et la vie professionnelle	47
2.3.4. La difficulté de gestion de l'entreprise.....	47
2.3.5. Les charges professionnelles et fiscales	47
2.3.6. Valeurs socioculturelles négative.....	47
2.3.7. Le problème d'accès au financement	47
Conclusion.....	48

CHAPITRE III : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'AKBOU

Introduction.....	49
-------------------	----

SECTION 1 : L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia et dans la région d'Akbou.....

1.1. L'importance de la PME dans la wilaya de Bejaia	49
1.2. L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia.....	50
1.3. Le Financement de l'entrepreneuriat féminin par les dispositifs à la création d'entrepris.....	51
1.4. Présentation de la commune d'AKBOU	54

SECTION 2 : cadre méthodologique.....

2.1. L'objectif et la nature de la recherche	58
2.2. La taille et le choix de l'échantillon	58
2.3. Les instruments de récolte des données	59
2.3.1. Le questionnaire, un instrument principal de récolte des données.....	59
2.3.2. Le guide d'entretien, un instrument complémentaire de récolte des données :	60
2.3.3. L'analyse documentaire	60
2.4. Histoire de déroulement de l'enquête.....	60
2.5. Le traitement des données	60

SECTION 3 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête

3.1. Les caractéristiques des femmes entrepreneures rencontrées	61
3.1.1. L'Âge des femmes entrepreneure rencontrées	62
3.1.2. La situation familiale.....	62
3.1.3. Le nombre d'enfants.....	62
3.1.4. Le niveau d'instruction.....	63
3.1.5. Le secteur d'activité	64
3.2. Les intentions et les motivations à entreprendre	65
3.2.1. L'idée de création d'entreprise chez les femmes d'AKBOU.....	65

3.2.2. Les motivations des femmes entrepreneures rencontrées	66
3.2.3. Les motivations à entreprendre d'après les banquiers	68
3.2.4. Horaires de travail et activités hors travail des femmes rencontrées	68
3.2.5. Les facteurs de réussite d'une création d'entreprise	70
3.2.6. Intention de développer les entreprises à l'échelle internationale.....	71
3.3. Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures enquêtées.	72
3.3.1. l'acce au financement	73
3.3.1.1. Besoin de financement au démarrage.....	75
3.3.1.2. Les sources de financement au démarrage de l'activité.....	76
3.3.1.3. Les garanties que les femmes ont dû apporter pour le financement du démarrage de leur entreprise.....	77
3.4. Les Organismes de soutien à la création d'entreprise et de l'emploi (ANSEJ, ANGEM et CNAC).....	77
3.4.1. Information et recours aux organismes de soutiens à l'entrepreneuriat.....	77
3.4.2. les dispositifs d'aide à l'emploi.....	78
3.4.3. Obtention de crédit par les femmes.....	78
3.4.4. Les conseils recherchés au sein des organismes de soutien à l'entrepreneuriat.....	79
3.5. Contraintes socioculturelle rencontrées par les femmes entrepreneures enquêtées.....	81
3.5.1. La réaction de la famille vis-à-vis la décision de création d'entreprise chez les femmes rencontrées	81
3.5.2. Les contraintes socioculturelle rencontrées chez les femmes entrepreneures mariées ..	82
3.5.3. L'avenir de la femme entrepreneure algérienne.....	83
Conclusion	83
Conclusion générale.....	86
Bibliographie	89
Annexes	

Résumé :

La création d'entreprises est considérée comme un facteur essentiel de la promotion de la croissance et du développement économique et social d'un pays.

La question des femmes chefs d'entreprises est indissociable avec la montée de l'entrepreneuriat. Depuis une dizaine d'années, l'entrepreneuriat féminin a connu une montée spectaculaire aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement.

Cette recherche analyse la question de l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien à travers une étude de cas portant sur les femmes entrepreneures de la région d'Akbou. A travers une enquête par questionnaire et par entretiens semi-directifs, nous avons analysé successivement les caractéristiques, les motivations ainsi que les obstacles auxquels les femmes entrepreneures de la région d'Akbou sont confrontées.

Les résultats montrent que, contrairement à la plupart des travaux qui estiment que la contrainte financière constitue l'un des obstacles importants à l'entrepreneuriat féminin en Algérie, nos enquêtes révèlent que ce sont surtout les contraintes socioculturelles qui entravent l'activité entrepreneuriale féminine dans la région d'Akbou.

Mots-clés : entrepreneuriat féminin, motivation, contraintes financières et socioculturelles, Akbou.

Summary :

Entrepreneurship is considered as a key factor in promoting growth and economic and social development of a country.

The issue of women entrepreneurs is inextricably linked with the rise of entrepreneurship. For ten years, female entrepreneurship has risen dramatically both in developed countries than in developing countries.

This research analyzes the issue of female entrepreneurship in the Algerian context through a case study on women entrepreneurs in the region Akbou. Through a questionnaire survey and semi-structured interviews, we analyzed successively the characteristics, motivations and barriers for women entrepreneurs in the region Akbou face.

The results show that, unlike most of the work believe that financial stress is one of the major obstacles to women's entrepreneurship in Algeria, our investigations reveal that it is mainly socio-cultural constraints impede women's entrepreneurial activity in the Akbou region.

Keywords: female entrepreneurship, motivation, financial and socio-cultural constraints, Akbou

الملخص :

يعتبر إنشاء المؤسسات دافع مهم لتعزيز النمو والتطور الاقتصادي والاجتماعي لأي بلد.

إشكالية المرأة المقاتلة جزء مرتبط ببروز و تقدم المقاتلية. وعرفت هذه الأخيرة تطورا مذهل و شامل في الدول السائرة في طريق النمو علي غرار الدول المتقدمة.

هذه الدراسة تحلل إشكالية المقاتلية النسائية في السياق الجزائري عبر دراسة حالة متعلقة بالنساء المقاتلات في منطقة أقبو و ذلك عن طريق إجراء تحقيق يشمل مساءلات و محادثات نصف موجهة.

لقد حللنا بالتدريج الخصائص و الدوافع بالإضافة إلي العوائق التي واجهتها مختلف نساء المنطقة و جاءت النتائج

علي عكس كل المعتقدات التي تعتبر أن الجانب المالي من أهم العوائق التي تواجه المقاتلية النسائية في الجزائر فتبين لنا أن أهم الصعوبات التي تواجه مختلف النساء هي صعوبات مرتبطة بالمجتمع و المحيط أي بصيغة أخرى هي عوائق اجتماعية.

الكلمات المفتاحية: المقاتلية النسائية العوائق المالية و الاجتماعية أقبو