



**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**

**Faculté des Sciences Humaines et Sociales**

**Département des Sciences Sociales**

**Mémoire de fin de parcours**

En vu de l'obtention du diplôme de Master en Sociologie

**Spécialité : Sociologie de l'Organisation et du Travail**

***Le profil socioculturel des femmes entrepreneures***

***Cas de la commune d'Akbou***

**Présenté par :**

M<sup>lle</sup> AIT OUALI Louiza

M<sup>lle</sup> BOUKIR Saloua

**Encadré par :**

M<sup>me</sup> DALI Kenza

**2018/2019**

# **remerciment**

**Nous remercions Dieu le tout puissant de nous avoir accordé la santé et la volonté pour accomplir ce modeste travail. Comme nous remercions aussi nos parents et ceux qui ont contribué de près ou de loin a la réalisation de notre projet.**

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

**A notre directrice du mémoire, M<sup>me</sup> DALI KENZA, pour sa patience, son suivi, sa disponibilité et ses judicieux conseils qui ont contribué a alimenté notre réflexion. Toutes nos reconnaissances pour vous.**

**Nous remercions également les femmes entrepreneures de la région d'AKBOU d'avoir accepté de nous accueillir dans leurs PME et TPE, et de nous avoir accordé des entretiens et de répondre à nos questions sur le profil socioculturel ainsi que leurs expériences personnelles. Elles ont été d'un grand soutien dans l'élaboration de ce mémoire.**

**Aux membres de jury, d'avoir accepter de juger notre travail.**

## Dédicaces

**Je dédie ce modeste travail à mes chers parents qui m'ont soutenue  
toutes ou long de mon parcours éducatif. Et à toute ma famille qui  
m'ont soutenu de loin ou de près.**

**Et à mon cher et unique frère *Lounes*.**

**À mes chères amies, *Nacira, Siham, Karima, Salima, Khoukha, Lydia,  
Tassadite* pour leur soutien moral pendant la réalisation de ce  
mémoire.**

**A ma binôme et ma copine *Saloua* et sa famille.**

**Louiza**

## **Dédicaces**

**À la mémoire de mon père**

**Mes dédicaces les plus chaleureuses sont adressées à toutes ces personnes, qui me sont si chères, pour leurs soutient constant, encouragement et leurs conseils.**

**À ma très chère maman a qui je témoigne mon immense respect, ma profonde gratitude et reconnaissance.**

**À mes très chers sœurs : Chafiaa, Katia et Ryma.**

**À mon cher frère : Makhlouf**

**À mon cher oncle : Idriss**

**À mes chères copines : Nacera, Nabila, Tassadite**

**À mes amies : Karima, Salima, Siham, Khoukha**

**Et à toutes les personnes qui me connaissent**

**Sans oublié ma binôme et copine Louiza et toute sa famille.**

**Saloua**

## La liste des abréviations

| Abréviation | Signification  |
|-------------|--|
| ANSJE       | Agence Nationale de Soutien des Jeunes à l'Emploi                |
| CREADA      | Centre de Recherche en Economie Appliquée au Développement-Alger |
| BTPH        | Bâtiment et Travaux Public Hydraulique                           |
| TIC         | Technologie de l'Information et de Communication                 |
| PME         | Petite et Moyenne Entreprise                                     |
| GEM         | Global Entrepreneurship Monitor                                  |
| OCDE        | Organisation de Coopération et de développement économique       |
| SARL        | Société à responsabilité limitée                                 |
| EURL        | Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée               |
| NTIC        | Nouvelle technologie de l'information et de communication        |

## Liste des tableaux

| Numéro du tableau | Titre  | Page |
|-------------------|--|------|
| 01                | La répartition de nombre des femmes selon la situation familiale                   | 81   |
| 02                | La répartition de nombre des femmes selon le niveau d'instruction                  | 82   |
| 03                | La répartition de nombre des femmes selon l'âge                                    | 83   |
| 04                | La répartition de nombre des femmes selon leurs zones d'habitation                 | 82   |
| 05                | La répartition de nombre des femmes selon l'utilisation du réseau social           | 83   |
| 06                | La répartition de nombre des femmes selon le motif de la création de l'entreprise. | 83   |
| 07                | La répartition de nombre des femmes selon le domaine d'activité.                   | 83   |
| 08                | La répartition de nombre des femmes selon l'expérience au travail.                 | 84   |
| 09                | La répartition de nombre des femmes selon l'expérience au travail exercé.          | 84   |
| 10                | La répartition de nombre des femmes selon le model de Madoui.                      | 84   |

|    |   |     |
|----|---|-----|
| 11 | La répartition de nombre des femmes selon la croyance religieuse.                                     | 85  |
| 12 | La répartition de nombre des femmes selon l'âge   | 99  |
| 13 | La répartition de la population d'étude selon la situation matrimoniale.                              | 100 |
| 14 | La répartition de la population d'étude selon la zone d'habitation.                                   | 101 |
| 15 | La répartition de la population d'étude selon le soutien social.                                      | 102 |
| 16 | La répartition de la population d'étude selon l'origine de l'idée.                                    | 103 |
| 17 | La répartition de la population d'étude selon l'existence des entrepreneurs dans la famille.          | 104 |
| 18 | La répartition de la population d'étude selon la croyance religieuse.                                 | 105 |
| 19 | La répartition de la population d'étude selon le niveau d'instruction.                                | 106 |
| 20 | La répartition de la population d'étude selon le bénéfice d'une formation dans le domaine d'activité. | 107 |
| 21 | La répartition de la population d'étude selon l'expérience au travail.                                | 108 |
| 22 | La répartition de la population d'étude selon le genre d'activité exercé.                             | 109 |

## La liste des secteurs

| Numéro du secteur | Titre   | Page |
|-------------------|---|------|
| 01                | Répartition de l'échantillon selon l'âge  | 99   |
| 02                | Répartition de l'échantillon selon la situation matrimoniale                              | 100  |
| 03                | Répartition de l'échantillon selon la zone d'habitation                                   | 102  |
| 04                | Répartition de l'échantillon selon soutien social   | 103  |
| 05                | Répartition de l'échantillon selon l'origine de l'idée                                    | 104  |
| 06                | Répartition de l'échantillon selon l'existence des entrepreneurs dans la famille          | 105  |
| 07                | Répartition de l'échantillon selon la croyance religieuse                                 | 106  |
| 08                | Répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction                                | 107  |
| 09                | Répartition de l'échantillon selon le bénéfice d'une formation dans le domaine d'activité | 108  |
| 10                | Répartition de l'échantillon selon l'expérience du travail                                | 109  |
| 11                | Répartition de l'échantillon selon le genre du travail exercé                             | 110  |

## **La table des matières**

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des secteurs

Introduction

Partie théorique de la recherche

### **Chapitre 1 : Les coordonnées de la recherche**

|  |    |
|--|----|
| 1. Les sources d'inspiration du thème .....        | 6  |
| 2. L'importance du thème.....                      | 7  |
| 3. Les raisons du choix du thème .....             | 8  |
| 4. La visée de la recherche.....                   | 8  |
| 5. La Problématique.....                           | 9  |
| 6. L'objectif de la recherche.....                 | 12 |
| 7. La définition des concepts.....                 | 13 |
| 7.1. Le profil .....                               | 13 |
| 7.2. L'entrepreneuriat .....                       | 13 |
| 7.3. L'entrepreneur.....                           | 13 |
| 7.4. L'entreprise.....                             | 13 |
| 7.5. La description.....                           | 14 |
| 7.6. Le capital culturel.....                      | 14 |
| 8. les difficultés rencontrées sur le terrain..... | 15 |

### **Chapitre 2 : La littérature sur l'entrepreneuriat**

|   |    |
|---|----|
| 1. Le travail comme valeur.....                             | 18 |
| 2. La définition de la division du travail.....             | 19 |
| 2.1. La division du travail manuelle et intellectuelle..... | 19 |
| 2.2. La division sexuelle du travail.....                   | 20 |
| 2.3. L'actualité de la division sexuelle du travail.....    | 21 |
| 3. La genèse de l'entreprise.....                           | 21 |
| 3.1. En France.....   | 21 |
| 3.1.1. De l'argent à l'usine .....                          | 23 |
| 3.2. En Angleterre.....                                     | 23 |
| 3.3. En Algérie.....  | 25 |
| 4. L'objet de la sociologie des entreprises.....            | 27 |
| 5. L'histoire de travail de la femme.....                   | 28 |

|  |    |
|--|----|
| 5.1. En France .....   | 28 |
| 5.2. En Algérie.....   | 30 |
| 6. Le fondement de l'entrepreneuriat.....  | 31 |
| 6.1. Le vouloir de l'entrepreneur dans le développement d'une entreprise.....  | 31 |
| 6.2. Le savoir ou le métier et l'expérience acquise.....   | 32 |
| 6.3. Le pouvoir et le leadership par proximité.....  | 33 |
| 7. Entrepreneuriat en Algérie.....   | 34 |
| 7.1. Variables processuelles.....  | 34 |
| 7.2. Culture, religion et entrepreneuriat.....   | 35 |
| 7.3. Variables environnementales.....  | 35 |
| 7.4. Variables individuelles et organisationnelles.....  | 36 |
| 8. Entrepreneuriat féminine en Algérie.....  | 37 |
| 8.1. L'environnement culturel.....   | 38 |
| 8.2. Motivations des femmes algériennes vers l'entrepreneuriat.....  | 38 |
| 9. La macrosociologie .....  | 40 |
| 10. la microsociologie.....  | 70 |
| 11. Les études antérieures.....  | 42 |
| 11.1 L'activité entrepreneuriale : le rôle des facteurs psychologiques Aissa Bensedik .....                                  | 42 |
| 11.2 Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie un essai de typologie Mohamed Madoui .....                        | 45 |
| 11.3 Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir Fatima Tahir Metaiche et Abdeslam Bendiabdellah ..... | 49 |
| 11.4 Le regard sur l'entrepreneuriat féminin tunisien Rabah Nabli.....   | 56 |
| 11.5 Étude sur « l'entrepreneuriat féminin » cas de la willaya d'Oran Dif Aicha.....   | 58 |
| 12. L'individualisme méthodologique .....  | 60 |
| 13. Le capital culturel .....  | 62 |
| 14. Le capital social .....  | 63 |
| 14.1 Le capital social et les entrepreneurs.....   | 63 |
| 14.2 Le capital social entrepreneurial.....  | 64 |
| 15. L'éthique protestant et l'esprit du capitalisme .....  | 65 |

## **Partie pratique de la recherche**

### **Chapitre 1 : la méthodologie appliquée**

|  |    |
|--|----|
| 1. La méthode adoptée.....                   | 70 |
| 2. La méthode qualitative.....               | 70 |
| 3. Les techniques utilisées.....             | 70 |
| 3.1. L'entretien.....                        | 71 |
| 3.2. L'analyse de contenu.....               | 71 |
| 4. L'instrument de collecte de données ..... | 71 |
| 4.1. L'analyse conceptuelle .....            | 72 |
| 5. La population d'étude.....                | 76 |
| 6. L'échantillonnage.....                    | 76 |
| 7. L'échantillon non probabiliste .....      | 76 |

|   |    |
|---|----|
| 7.1. L'échantillon typique.....                 | 76 |
| 7.2. La taille de l'échantillon.....            | 77 |
| 8. La présentation de terrain d'étude.....      | 78 |
| 8.1. La situation géographique.....             | 78 |
| 8.2. La situation démographique.....            | 78 |
| 8.3. L'agriculture.....                         | 78 |
| 8.4. Industrie et énergie.....                  | 79 |
| 8.5. Enseignement et formation.....             | 80 |
| 9. La phase de l'exploration.....               | 80 |
| 10. L'analyse des entretiens exploratoires..... | 80 |

## **Chapitre 2 : la présentation des données et l'interprétation des résultats**

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 1. Le déroulement des entretiens..... | 88  |
| 2. La présentation des données.....   | 88  |
| a. Cas N°1.....                       | 88  |
| b. Cas N°2.....                       | 89  |
| c. Cas N°3.....                       | 89  |
| d. Cas N°4.....                       | 90  |
| e. Cas N°5.....                       | 91  |
| f. Cas N°6.....                       | 91  |
| g. Cas N°7.....                       | 92  |
| h. Cas N°8.....                       | 93  |
| i. Cas N°9.....                       | 93  |
| j. Cas N°10.....                      | 94  |
| k. Cas N°11.....                      | 95  |
| l. Cas N°12.....                      | 95  |
| m. Cas N°13.....                      | 96  |
| n. Cas N°14.....                      | 97  |
| o. Cas N°15.....                      | 98  |
| 3. L'interprétation des données.....  | 99  |
| 4. Synthèse.....                      | 111 |

### Conclusion

|   |     |
|---|-----|
| La liste des références bibliographiques..... | 116 |
|---|-----|

### Les Annexes

|                 |     |
|-----------------|-----|
| Annexe N°1..... | 120 |
| Annexe N°2..... | 121 |
| Annexe N°3..... | 127 |
| Annexe N°4..... | 128 |

# Introduction

Actuellement, l'entrepreneuriat en Algérie est considéré comme déclencheur du changement de la situation économique. Il constitue l'un des domaines dans lequel la plupart accède et s'investi. C'est un domaine de prise de risque que l'homme fait comme étape dont il va tirer profit ou subir une perte. Cette personne doit avoir le pouvoir, la volonté et le savoir pour qu'elle réussisse dans son action.

Récemment, les femmes ont commencé à apparaître comme acteurs dans ce phénomène. L'entrepreneuriat féminin en Algérie prend un autre angle à cause de la culture, la religion et les valeurs de cette société. L'entrepreneuriat féminin est un moyen pour imposer sa considération dans la société, ou de se faire sortir de la culture de la soumission. Mais d'autre part, c'est un procédé pour agir contre la pauvreté et le chômage, développer sa situation.

Les femmes entrepreneures sont des femmes ayant tracées leurs propres projets, elles ont rassemblé plus ou moins les moyens nécessaires : capital, outillage, compétence et connaissances de but de garantir un succès et la stabilité de leurs entreprise. À cet effet, nous intéressons à identifier les caractéristiques de ces femmes entrepreneurs.

L'importance de ce sujet consiste dans le fait que ce phénomène est de plus en plus en hausse selon les statistiques de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes, et de plus en plus, les femmes optent pour la création de leurs projets, dans une société où la tradition pèse encore, d'où la nécessité de découvrir leur profil nait.

Cette recherche est divisée en deux parties ; partie théorique de la recherche et partie pratique.

La première partie théorique contient trois chapitres :

- Le premier chapitre est consacré pour les coordonnées de la recherche, où nous allons développer des points qui servent à présenter le sujet.
- Le deuxième chapitre présente un ensemble de titre sur la littérature sur l'entrepreneuriat.

La partie pratique de la recherche comprend deux chapitres :

- Le premier chapitre contient la méthodologie appliquée dans la recherche, et la phase d'exploration.
- Le deuxième chapitre concerne essentiellement la présentation des données et l'interprétation des résultats.

# Partie théorique de la recherche

# **Chapitre 1 :**

## **Cadre méthodologique de la recherche**

## Sommaire

### **Chapitre 1 : Les coordonnées de la recherche**

|  |    |
|--|----|
| 1. Les sources d'inspiration du thème.....         | 6  |
| 2. L'importance du thème .....                     | 7  |
| 3. Les raison du choix du thème.....               | 8  |
| 4. La visée de la recherche.....                   | 8  |
| 5. La Problématique.....                           | 9  |
| 6. L'objectif de la recherche.....                 | 12 |
| 7. La définition des concepts.....                 | 13 |
| 8. Les difficultés rencontrées sur le terrain..... | 15 |

## **1. Les sources d'inspiration :**

Le thème de cette recherche est inspiré en premier temps de l'observation de l'entourage « l'esprit scientifique est observateur et il peut être éveillé si on prend le temps de s'arrêter à ce qu'on regarde quotidiennement de façon distraite ». <sup>1</sup>

En tant que étudiantes chercheuses, suite à l'observation de l'entourage nous avons constaté ce nouveau phénomène qui est l'entrepreneuriat. Mais ce que nous a attiré de plus c'est ces femmes qui sont arrivés à construire leurs projets personnels et à créer leurs images au travail et aussi former leurs images de marque dans la société en générale.

Par la suite, avec les discussions quotidiennes et échange idée sur le thème de l'entrepreneuriat d'une part, le travail de la femme et son identité, et aussi le regard de la société vers elle d'une autre part. De nous jour, les femmes se trouvent dans tous les domaines du travail et elles occupent aussi presque les mêmes postes qui sont destinés aux hommes uniquement. Ce que nous a donné plus de volonté pour savoir plus sur ce thème.

Cela pourra nous donner une autre source d'inspiration qui est l'échange d'idées, Maurice Angers présente ainsi cette dernière dans son ouvrage, en disant : «l'échange d'idée avec l'autres n'est pas non plus à négliger pour faire émerger un sujet de recherche [...] L'échange d'idées sur des thèmes de la recherche permet de s'ouvrir à de nouvelles perspectives, de connaître l'accueil que ses suggestions peuvent recevoir et de s'orienter vers un sujet qu'on peut partager ensuite quand la recherche se fait en équipe ». <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Anger Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Casbah université, 15, lot Saïd Hamedine -16012-Alger, p79

<sup>2</sup> Ibid., p.80

Pour arriver à une décision finale sur le choix du thème, nous avons consulté quelques revues déjà faites sur ce sujet, on a trouvé ensuite une recherche qui s'intitule « l'identité professionnelle des femmes entrepreneures de la région de Bejaia » faite en (2013-2014). Vu le temps qui s'est passé nous désirons de refaire cette recherche et revoir les nouveaux changements que sois dans le secteur d'activité occupé ou les dispositifs dictés par l'Etat sur le thème.

Les études antérieures est également une autre source d'inspiration définit comme « en effet, toute recherche est dans le prolongement d'autres recherches. Il importe alors de procéder à une revue de littérature, c'est-à-dire prendre connaissance des travaux qui ont déjà été réalisés sur le sujet [...] ». <sup>1</sup>

## **2. L'importance du thème :**

Le travail de la femme dans notre société reste un sujet négociable entre les uns et les autres. Surtout dans ce qui concerne la création de leurs propres entreprises, dans ce cas là ou elle sera un chef ou patron sur ses salariés (que sois femmes ou hommes).

Malgré que beaucoup d'études ont été effectuée sur ce thème. Mais nous étions dans l'obligation de réétudier ce thème. Car il nous intéresse en tant que femme et aussi les statistiques sur ce sujet change avec le temps. Selon les statistiques de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes, le taux des projets financés au profil des femmes a connu une progression passant d'une moyenne de 7% durant la période (2010-2013) à 9% en 2014, 11% en 2015 et à 14% au courant de l'année 2016. <sup>2</sup>

À travers cette étude nous désirons d'encourager les femmes à entreprendre pour imposer leurs identité, et aussi d'ouvrir le chemin pour les femmes intéressées. D'une autre part, pour sensibiliser les structures et les institutions concernées et

---

<sup>1</sup> Ibid., p.80

<sup>2</sup><http://www.ansej.org.dz>

les autorités des obstacles que ces femmes rencontrent durant le parcours de la création de leurs entreprises pour mettre les meilleurs dispositifs et aides.

### **3. Les raisons du choix du terrain :**

Pour un chercheur il faut qu'il y ait un terrain qui lui convient pour effectuer son étude, il doit chercher un lieu où il ne va pas trouver ou croiser des problèmes qui vont lui perturber dans le déroulement et l'avancement de sa recherche.

En effet, nous avons choisi la commune d'Akbou comme terrain d'étude pour des raisons méthodologiques qui consistent dans la faisabilité par rapport au temps disponible et les ressources financières dont on dispose et les contacts faciles avec la population d'étude.

### **4. La visée de la recherche:**

La description est l'un des buts plus précis de la science est de réussir à décrire la réalité. Il s'agit de produire un compte rendu le plus fidèle possible des caractéristiques de l'objet ou du phénomène étudié.

Elle est une présentation détaillée et fidèle d'un objet ou d'un phénomène.<sup>1</sup>

Cette visée nous mènera à décrire le profil socioculturel de ces femmes entrepreneures sur le plan démographique, social et culturel.

---

<sup>1</sup> Anger Maurice, Op cit, p24.

## 5. La problématique :

Le travail est considéré comme valeur partagée dans la société, ces valeurs sociétales se sont développées à travers le temps et l'histoire de l'humanité.<sup>1</sup> Cela se manifeste dans les différentes formes de divisions de travail que soit manuel ou intellectuel et encore plus, la division sexuelle de travail.

Cette division genrée du travail encourage une approche critique de la répartition des activités. On dénonce désormais la non prise en compte du travail domestique et les inégalités professionnelles qui en découlent.<sup>2</sup>

En effet, le développement du capitalisme a fait apparaître deux notions principales, entreprise qui est une catégorie de la vie économique et sociale.<sup>3</sup> L'entrepreneur défini par Schumpeter comme un démiurge qui sait tirer parti des innovations technologiques, réunir les capitaux disponibles, trouver et organiser la force de travail indispensable...<sup>4</sup>

Ce développement l'industriel a bouleversé l'activité de la femme, ce qui est déclaré dans les travaux de Michel Perrot et Arlette Farge que le travail de la femme ne peut être réduit aux tâches domestique mais aussi à son travail professionnel.<sup>5</sup>

En Algérie, beaucoup de femmes ont exercé des métiers à domicile. Selon Lahouari Addi la scolarisation des filles a permis d'orienter ces dernières vers le travail rémunéré, avec leurs qualifications et compétences pour occuper des

---

<sup>1</sup> Michel De Coster, avec collaboration d'Annie Cornet et de Christine Delhaye, Sociologie du travail et gestion des ressources humaines, 3<sup>ème</sup> édition, De Boeck Université, Paris, 1999, p23.

<sup>2</sup> Christian Elleboode, la division du travail : de l'économie au social, édition Armand Colin, Paris, 2006, p20.

<sup>3</sup> Denis Segrestin, sociologie de l'entreprise, 2<sup>ème</sup> édition, Armand Colin, Paris, 1996, p5.

<sup>4</sup> Rymond Boudon, Philippe Besnard, Mohamed Cherkaoui, Bernard-Pierre Lécuyer, édition Larousse, 2012, p85.

<sup>5</sup> Françoise Battagliola, histoire du travail des femmes, édition La découverte et Syros, Paris, 2000, p8.

postes à haut niveau. Elles sont socialisées sur les valeurs et la culture de la famille algérienne.<sup>1</sup>

Après l'indépendance, l'Algérie a vécu plusieurs mutations dans le système économique (socialisme, restructuration, capitalisme), ce qui a contribué à l'apparition de nombreuses entreprises privées.<sup>2</sup>

Selon la professeure en sciences économiques WASSILA Tabet-Aouel Lachachi, les PME privées algériennes se distinguent par la détention du capital par le propriétaire, et que le succès de l'entrepreneur et de l'entreprise est lié au rôle social dont il exerce. L'acte d'entreprendre en Algérie est né d'une situation de pauvreté et de lutte contre le chômage.<sup>3</sup>

Les femmes entrepreneures en Algérie confrontent plusieurs difficultés par exemple : la famille, la société, la bureaucratie et la concurrence. La culture traditionnelle de la société est un facteur opposant à la femme entrepreneure. Cette culture est le résultat de la socialisation des femmes dans leurs sociétés.<sup>4</sup>

Suite à l'exploration de la littérature sur le sujet (voir la page 60), on est arrivé à dégager trois théories qui sont en rapport avec le thème étudié. Il s'agit de la théorie du capital socioculturel de Pierre Bourdieu, de l'individualisme méthodologique de Raymond Boudon, et enfin, la théorie de la division du travail. Les deux premières permettent de répondre à la question relative à l'origine de la profession. La dernière permet de se rendre compte de l'influence du sexe sur les orientations professionnelles.

---

<sup>1</sup> Lahouari Addi, les mutations de la société algérienne, éditions La Découverte, Paris 1999 p128.

<sup>2</sup> Wassila Tabet- Aouel Lachachi, le processus entrepreneurial en Algérie, une adaptation de model du Gartner, les cahier de CREAD, 2014, N°107-108, p 30

<sup>3</sup> Ibid, p 35-36.

<sup>4</sup>[https://www.researchgate.net/publication/325253883\\_Les\\_femmes\\_entrepreneures\\_en\\_Algerie\\_Contraintes\\_culturelles\\_et\\_desir\\_d'emancipation/](https://www.researchgate.net/publication/325253883_Les_femmes_entrepreneures_en_Algerie_Contraintes_culturelles_et_desir_d'emancipation/) consulté le 31/05/2019 à 14 :28 p 2-4.

Ainsi, la théorie du capital social et culturel de Pierre Bourdieu s'inscrit dans le paradigme holiste. Cette théorie considère le capital culturel comme l'ensemble des connaissances acquises et des réalisations matérielles<sup>1</sup>. Ces acquisitions sont un moyen important dans le projet entrepreneurial.

Le capital social englobe l'ensemble des contacts, et des relations, que la personne détient et lui donnent une certaine solidité sociale.<sup>2</sup> Il permet de combler les limites personnelles de l'entrepreneur, d'élargir son champ d'intervention et de communication et d'acquérir les ressources manquantes pour assurer le développement de son entreprise.<sup>3</sup>

Dans la même lignée, Coleman considère que la culture entrepreneuriale se base sur le capital social.<sup>4</sup> L'entrepreneur devrait s'intégrer dans des groupes sociaux pour développer un capital social diversifié pour faciliter l'accès aux ressources dont il a besoin.<sup>5</sup>

À l'inverse, Raymond Boudon a développé une démarche qui s'oppose à l'holisme, et qui est l'individualisme méthodologique. Ce courant explique les phénomènes sociaux par l'agrégation des comportements individuels<sup>6</sup>. Les finalités des actions individuelles sont le produit des contraintes, ces comportements sont poussés par des raisons rationnelles.<sup>7</sup> Dans ce sens, l'action d'entreprendre est le résultat du raisonnement individuel amené par situation donnée.

Quant à l'influence du genre sur le choix de l'activité, Michel De Coster perçoit que la division sexuelle du travail est liée à la division manuelle du travail puisque

---

<sup>1</sup> Stéphane Chevallier, Christiane Chauviré, Dictionnaire Bourdieu, édition Ellipses, Paris, 2010, p 18.

<sup>2</sup> Ibid, p 19.

<sup>3</sup> Amina Omrane, quels leviers sociaux pour le succès entrepreneurial ?, édition L'Harmattan, Paris, 2014, p 84.

<sup>4</sup> Christophe Schmitt, regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, édition Presses de l'Université du Québec, Canada, 2008, p28

<sup>5</sup> Amina Omrane, op cit, p 76.

<sup>6</sup> Yao Assogba, la sociologie de Raymond Boudon, édition L'harmattan, Paris, 1999, p45.

<sup>7</sup> Jean- Pierre Durand, Robert Weil, Sociologie Contemporaine, 3 éditions Vigot, Paris, 2006, p182.

le rôle féminin a souvent été associé à l'accomplissement de tâches manuelles socialement jugées, de ce fait, comme inférieures sinon dégradantes, par comparaison avec les tâches traditionnelles dévolues aux hommes. Les divisions sexuelles du travail sont ramenées à une séparation entre l'emploi rémunéré à l'activité domestique.<sup>1</sup>

On s'appuyant sur l'analyse des entretiens exploratoires (voir la page 80), nous somme parvenus à la conclusion selon laquelle l'idée d'entreprendre de ces femmes entrepreneurs est venu de leurs choix individuel pris ou de capital social dont elles possèdent. En outre, elles sont influencées par la culture de la société dans la mesure où la division sexuelle du travail persiste, étant donné que malgré que ces femmes aient pu quitter la sphère domestique, leurs domaines d'activité restent jusqu'à présent féminins (crèche, salle de sport pour femmes, gateaux,...etc).

Partant de ces résultats exploratoires, On a élaboré cette problématique qui s'articule autour de la question de départ suivante :

Quelles sont les caractéristiques démographiques, sociales et culturelles des femmes entrepreneurs de la commune d'Akbou ?

## **6. L'objectif de la recherche :**

Selon Maurice Anger, pour les études descriptives, on présente la réponse à la problématique sous forme d'un objectif de recherche plus tôt qu'une hypothèse. Il s'agit d'un énoncé d'intention pour répondre à la question de la recherche, impliquant une vérification empirique.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Michel De Coster, avec collaboration d'Annie Cornet et de Christine Delhaye, op cit, p42.

<sup>2</sup> Anger Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Casbah université, 15, lot Saïd Hamedine -16012-Alger, p104.

Sur le plan pratique, l'objectif de cette étude consiste à décrire le profil des femmes entrepreneurs de la commune d'Akbou et ce, sur le plan démographique, social et culturel.

## **7. Définition des concepts :**

### **7.1. Le profil :**

D'après les résultats retenus de terrain, on a défini le profil comme l'ensemble des caractéristiques démographiques, sociales et culturelles qu'une femme entrepreneure possède.

### **7.2. L'entrepreneuriat :**

Un phénomène dynamique, temporaire et situé. Les individus s'engagent dans des processus qui vont provoquer des changements à leur niveau et à celui des environnements dans lesquels ils apportent une valeur nouvelle<sup>1</sup>.

### **7.3. L'entrepreneur :**

Au départ, organisateur d'actes de production, généralement détenteur du capital. Responsable des hommes, du produit et du profit. De ce fait il prend les risques et anticipe la demande du marché<sup>2</sup>.

### **7.4. L'entreprise :**

Unité de production originale, caractéristique du capitalisme, formée d'un groupe d'hommes travaillant ensemble à des postes différents, en vue de produire des biens à vendre avec profit sur le marché. Mais c'est aussi un groupe social d'où utilité en dehors du profit, objectif commun, relations, informations...etc<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Alain Fayolle, *entrepreneuriat apprendre à entreprendre*, édition DUNOD, Paris, 2004, P375.

<sup>2</sup> Madeleine Grawitz, *lexique des sciences sociales*, édition Dalloz, Paris, 2004, p151.

<sup>3</sup> Ibid, p151.

### **a. Définition juridique:**

Au droit du travail l'entreprise est considérée comme un ensemble de personnes rémunérées exerçant une activité en commun tout en étant sous l'autorité d'un même employeur.<sup>1</sup>

### **b. Définition économique :**

C'est une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation de ses ressources courantes.<sup>2</sup>

## **7.5. La description :**

La description est plus souvent un arrêt dans le récit. Elle sert à faire percevoir au lecteur le cadre ou des éléments du cadre dans lequel se découle une action. Une description peut faire comprendre : une situation historique, un milieu social, un passage et son atmosphère. Ces éléments sont nécessaires à la cohérence du récit.<sup>3</sup>

## **7.6. Capital culturel :**

Le capital culturel comme le font apparaître les enquêtes sur les étudiants (Bourdieu et Passeron, 1964), est nettement distinct selon les classes sociales et rend compte de l'inégale performance des enfants issus des différentes classes sociales<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://droit-finances.commentcamarche.com/faq/26566-entreprise-definition-juridique> consulté le 11/06/2019 à 16h035.

<sup>2</sup> <https://www.lcl.com/guides-pratiques/creation-entreprise/questions-frequentes/qu-est-ce-qu-une-entreprise.jsp>. Consulté le 11/06/2019 à 16h45.

<sup>3</sup> <https://www.espacefrancais.com/la-description/> consulté le 11/06/2019 à 16 :49.

<sup>4</sup> André Akoun et Pierre Ansart, dictionnaire de sociologie, le Robert/Seuil, 1999, p60.

## **8. Les difficultés rencontrées sur le terrain :**

Pendant notre enquête sur le terrain, nous avons trouvé certaines difficultés qui sont :

- Le problème de la langue, la plupart des femmes ne comprend pas bien le français.
- certaines femmes n'ont pas accepté de faire partie de la recherche.

## **Chapitre 2 :**

# **La littérature sur l'entreprenariat**

## Sommaire

### **Chapitre 2 : La littérature sur l'entrepreneuriat**

|  |    |
|--|----|
| 1. Le travail comme valeur.....                            | 18 |
| 2. La définition de la division du travail.....            | 19 |
| 3. La genèse de l'entreprise.....                          | 21 |
| 4. L'objet de la sociologie des entreprises.....           | 27 |
| 5. L'histoire de travail de la femme.....                  | 28 |
| 6. Le fondement de l'entrepreneuriat.....                  | 31 |
| 7. Entrepreneuriat en Algérie.....                         | 34 |
| 8. Entrepreneuriat féminine en Algérie.....                | 37 |
| 9. La macrosociologie .....                                | 40 |
| 10. la microsociologie.....                                | 40 |
| 11. Les études antérieures.....                            | 42 |
| 12. L'individualisme méthodologique .....                  | 60 |
| 13. Le capital culturel .....                              | 62 |
| 14. Le capital social .....                                | 63 |
| 15. L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme ..... | 66 |



## **1. Le travail comme valeur :**

En sociologie les valeurs sont un ensemble d'idées partagées par des individus au sein d'une société, un groupe ou dans des institutions (mosquée, église).

Elles sont l'ensemble de représentations construites au sein d'une société d'une organisation, un regroupement d'individu.

Elles s'apparaissent à travers les comportements, les conduites des individus dans leur vie quotidienne, mais aussi par les lois et les règles dénoncées par les autorités (l'État, l'église, traditions).

Le développement de la société a permis la naissance d'autres valeurs que la société dicte à ses membres par les objectifs tracés et les moyens légaux, raisonnables. Ces derniers qui montrent des styles de vie en communauté pour satisfaire les besoins et pour atteindre ce confort la société exige une valeur essentielle qu'est le travail.

« Le travail considéré comme valeur au plan sociétal et, plus précisément, central de la société » [Michel De Coster.1999.p23]. Mais il n'a pas eu cette valeur qu'à travers une longue histoire de développement de la société.

Dans l'antiquité, le travail n'avait pas de valeur et aussi négligeable, contrairement au loisir qu'était dominant. Les gens employaient des esclaves pour effectuer les tâches domestiques et agricoles.

Avec l'arrivée du christianisme et l'annulation de l'esclavagisme, la notion de travail a pris un caractère religieux. La religion avait fait convaincre les gens par

les textes bibliques. Selon les pères de l'église et Saint Augustin proclame « que travailler, c'est prier »<sup>1</sup>.

À la fin du 16ème siècle et au début de 17ème siècle, c'était la naissance du capitalisme et la montée de la bourgeoisie avec un esprit du christianisme qui estime l'importance du travail. Le capitalisme considère le travail comme une source de la richesse et des biens des hommes.

## **2. La définition de la division du travail :**

Elle désigne une répartition et une spécialisation des tâches nécessaire à la production de biens et de services entre les individus ou les groupes sociaux dans une société donnée.<sup>2</sup>

### **1.2. La division du travail intellectuelle et manuelle:**

À l'antiquité n'été pas seulement marqué par le négoce mais par le travail laborieuse dont l'objet est la matière : le travail manuel. On comprend très bien sans le justifier, le sentiment affiché pour travailleur manuel partageant la condition d'esclave dans ces temps reculés.

Au sens large, la distinction entre le travail intellectuel et le travail manuel se manifeste dans le lien de subordination (le premier de deuxième). Beaucoup d'études ont été réalisés dans ce domaine en introduisant des divers arguments. Comme les États-Unis, la Grande Bretagne, au Japon et les philippines ont reproduit les mêmes hiérarchies professionnelles, en classant les occupations intellectuelles vers le haut et les métiers manuels vers le bas.

L'argument de nature spéceux ; la force de cet argument d'autant qu'on l'associe à celui de l'évidence, qu'il va influencer considérablement le statut

---

<sup>1</sup> Michel De Coster, op cit, p23-28

<sup>2</sup> Jean Etienne, Françoise Bloess, Jean-Pierre Noreck, Jean-Pierre Roux, dictionnaire de sociologie, 3<sup>ème</sup> édition Hatier, Paris ,2004.p143.

juridique des travailleurs du point de vue de la sécurité sociale et des avantages sociaux, un régime plus favorable aux employés qu'aux ouvriers<sup>1</sup>.

La bourgeoisie industrielle s'inscrit dans l'idée de la supériorité du travail intellectuel sur le travail manuel par l'avancement de l'argument que le travail intellectuel est plus productif et par cela elle justifie l'hierarchie.

Les deux formes de travail se complètent, l'existence du travail intellectuel exige la présence du travail manuel, la réussite du travail manuel dépend des orientations du travail intellectuel (Barrau, 1874, pp, 246-248)<sup>2</sup>.

## **2.2. La division sexuelle du travail:**

La sociologie du travail était développée comme une sociologie des travailleurs, sans faire une distinction entre les deux sexes. Mais avec les mouvements féministes des années 1970 qui réclamaient l'importance du travail domestique oublié et féminin « par nature », de le rendre compte et de leurs droits au travail mais aussi la division sexuelle.

Depuis qu'on prend en compte l'articulation entre le travail salarié et la division technique et sociale et la division sexuelle du travail cette articulation entre sphère domestique et professionnelle pour analyser l'activité féminine, ce qui fait que les lieux de la production et de la reproduction sont considéré comme les formes de travail produisant d'une manière inséparable les rapports sociaux inégalitaire entre genre. Certains auteurs ont commencé à s'intéresser à ce phénomène comme C.Guionnet et E.Neveu dans leurs ouvrages (Féminins /Masculins ; sociologie du genre)<sup>3</sup>.

La division sexuelle du travail incite à parler sur la division sociale du travail dont l'activité féminin est destinée pour remplir des tâches domestiques et

---

<sup>1</sup> Michel De Coster, op cit, p39-40.

<sup>2</sup> Ibid, p40-41

<sup>3</sup> Christian Elleboode, op cit, p 19-20.

inférieures à celles des hommes. Cette même division du genre se prolonge vers les entreprises et le milieu professionnel. Dans les analyses de la sociologie du travail sur la dimension sexuelle de la division du travail, l'activité féminine est reliée à des emplois inférieurs et des missions répétitives et faciles<sup>1</sup>.

Si la division sexuelle du travail a longtemps été perçue comme naturelle, on reconnaît que non seulement les femmes ont toujours travaillé mais que la spécialisation a été sexuée avec une sexualisation en étroite relation avec la domination masculine et les conflits qu'elle entraîne<sup>2</sup>.

### **2.3. L'actualité de la division sexuelle du travail :**

La répartition dit domestique du travail constitue un des enjeux fondamentaux de l'activité féminine, tant d'un point de vue conceptuel que du point de vue de la réalité quotidienne des femmes. Les différences entre les taux d'activité professionnelle sont expliquées par un phénomène incontournable, l'assignation prioritaire des femmes à la sphère domestique. La force de cette assignation varie selon les époques et les sociétés, mais elle constitue un fil conducteur qui permet de constater une convergence d'expériences féminines, des variations et des spécificités culturelles<sup>3</sup>.

## **3. Genèse de l'entreprise**

### **3.1. En France :**

Environ de 15<sup>ème</sup> siècle, la notion de l'entrepreneur et l'entreprise sont apparues en France, l'entreprise comme une catégorie de la vie économique et sociale.

---

<sup>1</sup> Michel De Coster, op cit, p42.

<sup>2</sup> Christian Elleboode, op cit, p23.

<sup>3</sup> Ibid, p28.

Au moyen âge, l'agriculture est un système de substance dans la communauté rurale. Dans les villes, le travail artisanal est un système de reproduction des compétences dans un milieu fermé, ou le maître cherche à protéger son statut<sup>1</sup>.

Sur ce point, se développe le système de corporation en France entre le 15<sup>ème</sup> et le 17<sup>ème</sup> siècle. Une corporation désigne toute intervention tentant à promouvoir les intérêts d'une profession ou à renforcer les règles que la régissent<sup>2</sup>.

Cette corporation regroupe des communautés des maîtres et des compagnons dans le but de prouver leurs statuts; ces derniers qui sont accordés par le roi qui lui autorisent le droit d'exercer leurs métiers dans un lieu précis. Donc, une société médiévale possède une économie qui est classifiée comme des micromarchés qui sont inséparables des relations sociales.

Au 16<sup>ème</sup> et au 17<sup>ème</sup> siècle, c'est le développement de l'économie des négoce. L'argent est le moyen permettant de tous échanges avec les lois de commerce, les systèmes d'échanges traditionnels ont disparus pour faire place au Marché.

Le marché a fait provoquer un opérateur qui est le négociant « c'est un spécialiste de transaction...de l'offre et de la demande, il fait marcher la richesse et les augmente .Il dégage son revenu de la capacité de conclure un contrat ou un accord<sup>3</sup>.

C'est ainsi que France jusqu'au 18<sup>ème</sup> siècle, l'accroissance du négoce ou du commerce n'a pas porté du changement; ni sur les conditions des agricultures : qui sont restés toujours travailler avec des matériels débutants, mais aussi sur les conditions des artisans qui travaillent à domicile avec des outils simples.

Mais d'autre part, on assiste à des gens d'argent qui établit des groupes hétérogènes, ces gens qui cherchent à se libérer du système de production ancien

---

<sup>1</sup> Denis Segrestin, op cit, p5-6.

<sup>2</sup> Rymond Boudon, Philippe Besnard, Mohamed Cherkaoui, Bernard-Pierre Lécuyer, op cit , p 50.

<sup>3</sup> Denis Segrestin, op cit, p6.

et des règles des corporations pour arriver à établir un nouveau changement sociétal.

Cette révolution qui a mené la naissance de ces deux mots entreprise et entrepreneur, écrit Jean-Baptiste Say [1828-1830] que l'entrepreneur peut se passer de science, en faisant un judicieux emploi de celle des autres<sup>1</sup>.

Cet entrepreneur est en recherche du profit et du succès en comparaison avec le maître verrier qui est en action pour la seule raison est de garantir son statut. Le commencement de l'entreprise a fait casser la rupture des réseaux familiaux et corporatifs.

### **3.1.1. De l'argent à l'usine :**

À partir de 16<sup>ème</sup> siècle, on assiste à l'apparition des gens de négoce pour placer les artisans sous l'autorité du marché. Avant, ces artisans ont travaillé dans leurs propres locaux où ils ont basé sur l'autonomie professionnelle et l'estimation des relations sociales plus tôt familiales. Mais avec les premiers tris de l'apparition de l'entreprise de l'argent avec l'entrepreneur négociant qui a implanté dans le système des corporations une chaîne de production ; l'artisan travaille chez eu mais il ne s'occupe ni de la matière première ni de la vente de produit, il produit pour le compte de l'entrepreneur.

Avec l'essor du capitalisme et au mars 1971, les corporations sont finalement hors lois. A la fin du 18<sup>ème</sup> siècle, l'entreprise prend sa signification en France comme : système de production capitaliste, établissement de production des manufactures<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Jean-Bapsite say, *Cours d'économie* [1828-1830] cité par Denis Segrestin, op cit, p7.

<sup>2</sup> Ibid, p 8-10.

### **3.2. En Angleterre :**

Beaucoup des historiens affirment que le model de l'Angleterre de développement de l'entreprise donne une meilleure description linéaire de processus de l'évolution de l'entreprise.

L'Angleterre est le seul pays qui a subit de moins des conséquences pénibles de la révolution du 17<sup>eme</sup>. Son système de monarchie a joué un rôle important dans l'établissement des lois et des règles comme l'idéal démocratique.

La révolution anglaise a pris comme référence les privilèges de la société anglaise, elle a met en relation la noblesse et les bourgeoisies pour fixer les droits de l'idéologie et du capitalisme.

Au niveau des richesses, elle se base sur le pâturage, laine et le coton pour développer son industrie. Elle a installé beaucoup des moyens d'infrastructures à travers : les routes, les fleuves...pour assurer la bonne circulation des produits.

L'histoire marque, l'exemple typique pour expliqué l'histoire de l'industrie de l'Angleterre, au début de 16<sup>eme</sup> siècle qui est le système des Enclosures : Les Lords font exploité des champs arables et ils font planté des clôture par des arbres autour des ses bordures, ces terres sont favorables pour l'implantation des moutons qui sont réservés au commerce de la laine.

De ce fait la compagne a arrivé à survivre en basant sur la terre et ses richesses, elle a fait un passage au niveau industriel. Ce qui a permet de tracer une certaine complémentarité entre la ville et la compagne.

Sur l'ordre économique, l'augmentation de la demande, le renouvellement des pratiques traditionnelles (élevage des moutons) et l'encouragement du travail à domicile.

Sur l'ordre social, l'action entrepreneuriale des Lords a transféré le mode rural à un mode industriel, et la compagne a assuré son autorégulation avec le

développement de la machine productive destiné à la laine qui la base de l'industrie du coton<sup>1</sup>.

### **3.3. En Algérie :**

Pendant la période de la colonisation, l'économie de l'Algérie était distinguée par l'exploitation extrême du sol et du sous-sol pour un but d'exportation et d'utilisation des produits, dans une stratégie de vol par l'économie française. Les possibilités naturelles et humaines, mains-d'œuvre nationale « sous payée » tant en Algérie qu'en France étaient orientées uniquement et absolument au avantage et au service de la France.

Durant les premières années de l'indépendance de l'Algérie ont été difficiles après la politique de « terre brûlées » et l'abandon de tout l'encadrement colonial. La production agricole depuis 1959 était en baisse verticale à cause de l'arrachement des populations rurales. Les entreprises industrielles de nature artisanal et relevaient du domaine de la transformation. Ces derniers sont resté vacant.

Dès l'automne 1962, les travailleurs du secteur agricole et du secteur industriel ont repris en main les entreprises et les domaines par une formule de l'autogestion et le décret du 22 mars 1963 à valider cette forme de gestion par les travailleurs.

Le secteur autogéré tant industriel qu'agricole pour ses approvisionnements le secteur autogéré industriel dépendait du secteur privé, pendant que le secteur autogéré agricole allait doucement vers l'étouffement par la bureaucratie et la gestion artisanale.

---

<sup>1</sup> Ibid, p 10-12.

En 1965 l'Algérie était importatrice de biens de consommation et exportatrice de produits agricoles et miniers à l'état brut, alors que la situation financière se dégrade.

La période 1967-1969 a été caractérisée par la réalisation et préparation du pré-plan triennal : qu'est une classification générale en vue du premier plan quadriennal : composé par l'application d'investissement sectoriel, le pré-plan permet le démarrage de plusieurs projets industriels comme pétrochimie, mécanique, sidérurgie et hydraulique. À la fin du pré-plan triennal, en 1969 les investissements étaient 7 fois plus importants qu'en 1965, ils étaient presque stagnants entre 1963 et 1965. Il n'était pas un plan réel, mais il a servi de cadre à l'impulsion de l'économie nationale et a eu pour résultat le décollage industriel en 1969, matérialisé par le plan quadriennal 1970-1973.

L'objectif du plan quadriennal 1970-1973 est de créer les conditions permettant de donner un emploi durable à l'ensemble de la population masculine en 1980. Ce plan ambitieux présente un pourcentage de croissance de la production. Les principes de la réalisation du plan quadriennal sont : le renforcement de l'indépendance économique, l'établissement de nouveaux rapports de production.

À fin de mener à bien cette politique d'industrie « industrialisant » il est nécessaire de renforcer le secteur économique de l'état, ainsi de développer les sociétés nationales, de faire de façon que la productivité soit progresser par la réorganisation des entreprises privées qui ont été nationalisées et intégrées aux sociétés nationales. La condition essentielle dans la réussite de la politique économique est la socialisation de l'économie. Cette dernière deviendra au second plan quadriennal, un modèle de politique essentiel du plan et collaborera immédiatement au succès du plan.

Le premier plan quadriennal est caractérisé par la création d'une industrie « lourde » et le second plan est marqué par l'organisation de programmes centrés vers une industrie complémentaire « légère » et vers l'amélioration des conditions de vie des citoyens.

Le second plan quadriennal 1974-1977 est inscrit au même titre que le premier plan dans la représentation des objectifs fixés pour 1980. Dans le monde rural, la révolution agraire a créé un nouveau cadre d'interaction pour l'augmentation du potentiel humain des campagnes et des ressources matérielles de l'agriculture. C'est avec la réalisation du plan que sont envisagées toutes les capacités humaines et toutes les richesses matérielles et financières du pays durant cette période.<sup>1</sup>

#### **4. L'objet de la sociologie des entreprises :**

Pendant longtemps, l'entreprise n'a pas été un objet d'étude sociologique, « Pour G.Friedmann, R.Aron, P.Naville, A.Touraine, M.Crozier, G.Palmade, J-D.Reynaud, S.Moscovici, G.Lajoinie. L'objet scientifique de recherche n'était pas l'entreprise en elle-même, mais plutôt le destin de la grande société industrielle d'après-guerre, qui se jouait profondément dans les effets structurants d'un travail industriel et tertiaire en constante progression dans les villes, elles-mêmes alimentées par l'exode rural »<sup>2</sup>

La personnalité et les convictions humanistes de Friedmann, l'urgence de répondre à une nouvelle (question sociale) dans une France en reconstruction et le charme des jeunes chercheurs pour réaliser des études et des enquêtes empiriques, la forte présence du marxisme dans les couches intellectuelles française.

---

<sup>1</sup> Mostafa Boutefnouchet, Le socialisme dans l'entreprise, éditions En.A.P. Alger, 1978p 11-16.

<sup>2</sup> - Sainsaulieu, R. (sous la direction de), l'Entreprise, une affaire de société, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, 1990, p, 14. , cité par Michel Foudriat, Sociologie des organisations. Éditions PEARSON Education, France ,2007.p 07.

L'existence d'éléments qu'il faut prendre en compte pour comprendre la domination de la sociologie industrielle dans le champ sociologique français et le regard particulier porté sur l'entreprise industrielle.

Pour Pierre Naville, co-auteur avec Friedmann d'un Traité de sociologie du travail 1962 cité par Christian Thuderoz, l'étude du travail (sa qualification, sa mécanisation, son évolution) est stratégique : « Le travail, considéré comme le support sur lequel s'appuie le développement des sociétés, est le mode social le plus profond de persévérance dans l'être, pour parler comme Spinoza, puisque sans lui ni production, ni reproduction ni surtout élargissement des moyens de vivre, ne sont concevables ».

Étudier le travail permet de comprendre la société et l'imagination de son devenir : la sociologie du travail est une des branches capitales de la sociologie et jusqu'à un certain point, celle qui commande les autres avant de recevoir de celle-ci leur apport (p 37)

C'est ces mêmes raisons que la sociologie s'est détournée de l'étude du monde patronal. La sociologie de l'atelier, elle fut toute entière tournée vers le seul poste de travail, et la contrepartie fut la quasi-absence d'études sur la gestion des entreprises, sur leur mode d'organisation, ou sur l'histoire des entreprises et les manières dont elles se créent, meurent ou résolvent leurs crises<sup>1</sup>.

## **5. L'histoire de travail de la femme :**

### **5.1. En France :**

Les études des deux historiens Michelle Perrot et Arlette Farge affirment que l'activité de la femme ne peut pas être présentée dans sa seule dimension qui est l'exercice des tâches simples et quotidiennes à la maison, et qu'on ne peut pas

---

<sup>1</sup> Christian Thuderoz, sociologie des entreprises, éditions La Découverte, Paris, 1997, p06-07.

exclure la pratique des métiers indépendants des femmes et le travail à domicile.

Au moyen âge, le travail artisanal été surveillé par des corporations qui ont établi des règles pour réduire la concurrence mais aussi elles ont adressé quelques métiers seulement aux femmes comme la fabrication des vêtements (brodeuse). Dans la campagne beaucoup de femmes ont été employé dans les jardins ou les fermes des familles riches, dans la ville les femmes occupe la fonction des nourrices des enfants des familles urbaines.

Au cours de 17<sup>eme</sup> siècle, une industrie rurale se développe dans le noyau familial qui est devenu comme unité de production; elle a permet d'améliorer les conditions de vie de la famille. Ces ateliers à domicile sont dirigés par le maitre qui emploie sa femme et ses enfants.

À la fin de 18<sup>eme</sup> siècle et au début de 19<sup>eme</sup> siècle, les femmes ont dénoncé l'exploitation des jeunes filles dans l'industrie M Perrot [1979]. L'industrie de textile se présente comme le secteur important qui emploie la majorité des femmes dans les fabriques

Au milieu de 19<sup>eme</sup> siècle, plusieurs familles pauvres ont préféré d'envoyé leurs filles pour travailler dans des ateliers couvents qui sont gérés par les religieuses dans le but d'assurer leurs moralités et d'apprendre un métier à fin de contribuer dans le changement de la situation de leurs familles.<sup>1</sup>

Pendant la période de la guerre de 1914-1919, le pourcentage du personnel des femmes dans le secteur industriel et commercial a augmenté de 32% à 40% [Robert, 1989]<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Françoise Battagliola, op cit, p8-14.

<sup>2</sup> Ibid, p51.

## 5.2. En Algérie :

L'Algérie est l'une des sociétés arabes inspirées des valeurs et des normes de l'Islam. Une société qui considère comme essentielle mission de la femme est de bien s'occuper de sa maison et de ses enfants et de travailler dans les champs avec les autres membres de la grande famille.

A travers le temps, certaines femmes ont développé quelques métiers comme le tricotage et la couture des vêtements traditionnels.

Pendant la guerre de l'indépendance, les femmes ont commencé à se scolariser et plus précisément acquérir des savoirs sur les soins et la thérapie pour marquer leurs présences dans la guerre.

Après l'indépendance, beaucoup des femmes ont occupé des postes dans l'éducation et la santé et notamment dans l'industrie textile et les commerces détaillés<sup>1</sup>.

Les normes régulatrices du lien social, intériorisées par les individus, et par lesquelles ces derniers sont socialisés, sont des repères dans les représentations symboliques, mais elles n'ont pas la rigidité que leur prête le discours positiviste. Pour l'analyse sociologique ce qu'est intéressant c'est l'attitude des acteurs, qui font preuve d'ingéniosité pour en respecter la lettre dans certains cas, l'esprit dans d'autres, ou encore pour les détourner sans paraître les transgresser. une société ne se laisse pas connaître à travers le répertoire de ses normes, elle se lit par les actions des individus qui se conforment formellement à ces normes.

La culture patriarcale limite la vie sociale féminine à l'espace domestique et interdit à la femme de sortir et de se mélanger avec les hommes, cette culture est contrariée par l'existence des femmes dans des activités économiques et

---

<sup>1</sup> Boufeldja Ghiat, Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie, édition Publibook, Paris, 2015, p23-24.

administratives, surtout dans les villes. Il serait favorable de s'arrêter sur les éléments culturels défavorables au travail féminin et de montrer dans quels aspects cette culture a subi des changements.

On observe une forte présence de femmes aux heures d'entrée et de sortie des bureaux pendant la journée dans les grandes villes (Alger, Oran,..) ces femmes sont des étudiantes et des lycéennes, et les plus âgées sont des employées de bureau des différentes administrations et d'autres entreprises publiques et privées.

L'activité féminine rémunérée est acceptée dans le sens où une femme qui sort de la maison au motif du travail ou de l'école pour une cause légitime et n'a pas désobéir une norme sociale. La femme en Algérie sorte de la sphère domestique pour un revenu ou faire des études, on constate que la société algérienne a subi une véritable mutation en quelques années.<sup>1</sup>

À la fin de 20<sup>ème</sup> siècle, les femmes en Algérie sont devenues de plus en plus qualifiées, elles ont confronté de divers domaines tel que les travaux publics, l'hydraulique qui ont été déjà conservé pour les hommes. Les femmes diplômées de secteur académique ont fait l'incitatif sur le terrain de l'entrepreneuriat<sup>2</sup>.

## **6. Le fondement de l'entrepreneuriat :**

L'idée d'entreprendre est une pensée qui se développe que sois d'une manière rapide ou d'une manière longue dans l'esprit de futur entrepreneur dans laquelle il choisi le type d'entreprise et le marché qu'elle vise. Ce qui a mené beaucoup de chercheurs à étudier ce processus de conception et de construction. Oliver de Serres affirme que l'entrepreneur et les éléments sur lesquels qui assure le succès d'une entreprise à longue terme.

---

<sup>1</sup> Lahouari Addi, op cit, p127-128.

<sup>2</sup> Boufeldja Ghat, op cit, p23-24.

Pour Oliver gérer et réussir une entreprise, l'entrepreneur et son entreprise doivent accomplir cette capacité :

« ...de joindre ensemble le savoir, le vouloir, le pouvoir... »

### **6.1. Le vouloir de l'entrepreneur dans le développement d'une entreprise :**

Le vouloir est lié à la nécessité d'être à son affaire, être présent dans son entreprise. Avec le temps les entrepreneurs s'absentent et quittent leurs entreprises et ils décident de la gérer de loin ou d'avoir un personnel. Ce qui engendre beaucoup de problème : perte de contact avec la clientèle et distinction vis-à-vis de la concurrence.

La période de démarrage est une étape très sensible dont l'entrepreneur doit faire attention pour consolider son entreprise pour éviter ce genre de pratique l'entrepreneur doit faire les bons choix et être systématiquement présent pour gérer le quotidien et fixer les actions et activités de chaque saison.

Sur ce point on distingue l'entrepreneur de manager, l'entrepreneur ne se contente pas d'investir de l'argent seulement mais il consacre tous son temps et ses capacités pour planifier les objectifs à viser et établir de nouvelles stratégies pour son entreprise.

### **6.2. le savoir ou le métier et l'expérience acquise :**

Il est évidemment que le choix de type de l'entreprise fait par l'entrepreneur repose sur une formation de base ou métier qu'il a exercé avant la création.

Parmi les raisons qui motivent l'entrepreneur, on trouve d'une coté les origines de l'entreprenariat dans la famille proche ou élargie, d'une autre coté les expériences de travail (dans la période des vacances scolaires, ou au fin d'étude). Si cette expérience de travail a eu lieu dans des PME, il y'aura une grande possibilité que l'employé pense à créer sa propre entreprise. Beaucoup

des études montrent que les pays qui développent leur économie à la base des PME ont plus de chance que ces cadres ou simples employés à vouloir former d'autres PME.

Mais les études et les expériences de travail doivent être en association avec les contacts extérieurs ou « les réseaux » faire des rencontres avec des experts dans le domaine de son activité.

### **6.3. le pouvoir et le leadership par la proximité :**

L'entrepreneur marque sa présence dans la gestion de son organisation et de ses employés en tenant compte de leurs capacités à participer dans le développement de cette entreprise, on distribuant les tâches selon les exigences de chaque employé et aussi de les payer d'une manière régulière.

Mais l'entrepreneur doit apprendre à déléguer son pouvoir dans les tâches routinières à un directeur de production pour avoir plus de temps libre. Oliver parle aussi des parties prenantes en particulier la famille dont l'appui moral ou technique (comme le rôle de comptable) dans les premiers temps de la création. Aussi, une autre partie qui est les amis, cette source est importante pour pouvoir répondre aux obstacles rencontrés par l'entrepreneur.

La qualification de la main d'œuvre et les relations avec les parties prenantes permettent de d'accroître la qualité de travail dans les PME pour combler le manque de des employés spécialisés. Cette flexibilité de travail revient aussi aux capacités de l'entrepreneur à répartir les missions en général mais même journallement<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Karim Messeghem et Oliver Torrès, les grands auteurs en entrepreneuriat et PME, édition EMS management et société, Paris, 2015, p 30-39

## **7. Entreprenariat en Algérie :**

Les différents programmes de création et de promotion des entreprises en Algérie ont en effets réussi à constituer un tissu de PME.

Une enquête effectuée par la banque mondiale et l'office national des statistiques en 2005 puis en 2011, sur un échantillon de 536 PME a recensé les principaux obstacles à l'investissement, dont les difficultés d'accès au financement bancaire, des barrières administratives très contraignantes, un marché du travail rigide, une infrastructure inadéquate et un système juridique et judiciaires inefficace. Ajoutons à ces obstacles, les propres valeurs de l'entrepreneur, sa conception de croissance de son entreprise, la perception du risque et sa relation avec la tradition familiale<sup>1</sup>.

### **7.1. Variables processuelles :**

La gestion des PME en Algérie selon plusieurs études reste sous l'emprise des facteurs sociaux et culturels et notamment religieux (R.Gendarme, 1959, Madoui, 2004, Gillet, 2004).

L'entrepreneuriat apparait simultanément comme le produit et le producteur d'une culture (Assala et Tounes, 2007). L'entrepreneur est non seulement productif par ses fonctions économiques, mais aussi il est porteur d'un mode de codification des conduites et son comportement ne peut se couper de la structure sociale.

L'action économique est insérée dans les relations sociales (Ould Sadegh 1997), comme l'environnement, la famille, la religion jouent un rôle dans la compréhension de la figure de l'entrepreneur (Gillet et Madoui, 2004). Ces derniers sont inspirés des idées de Max Weber, considèrent les pays en voie de développement et plus spécialement le monde musulman est dans cette situation

---

<sup>1</sup> Wassila Tabet- Aouel Lachachi, op cit, p29.

parce que la religion ou la culture ne favorise pas le développement économique<sup>1</sup>.

## **7.2. Culture, religion et entrepreneuriat :**

La PME privée en Algérie, se caractérise par la détention du capital par une ou plusieurs personnes, le propriétaire occupe plusieurs fonctions dirigeant et détenteur du capital.

En effet, le rôle économique de l'entreprise est apparait dans le rôle social où le travail se fait dans le réseau familial. La réussite d'un entrepreneur est réelle si à travers, son entreprise, ses activités il aide les familles ou la communauté. Le travail dans la religion musulmane est assimilé à la prière. Il ne résume pas seulement à la création de la richesse mais au partage des mêmes objectifs et valeur (Madoui, 2004).

Pour les entrepreneurs algériens, le travail est un combat contre la pauvreté, et chômage à travers la création d'emplois de la richesse, il procure une fierté<sup>2</sup>.

## **7.3. Variables environnementales :**

L'Algérie n'a pas manqué la réalité de la transition économique vu que l'Etat se démène entre politiques libérales et restrictions, cette situation a contribué dans l'apparition du secteur informel qui empêche l'entrepreneuriat à prendre sa place, ce cas montre l'incapacité de l'Etat à instaurer de véritable mécanismes de contrôle de l'économie.

L'Algérie n'a pas su encore instaurer une vraie économie de marché, et ainsi la gestion et la coordination de l'activité économique, ne se réalisent pas par les

---

<sup>1</sup> Ibid, p34.

<sup>2</sup> Ibid, p35-36.

principes de la liberté, ce qui a modifié l'initiative et le processus entrepreneurial<sup>1</sup>.

#### **7.4. Variables individuelles et organisationnelles :**

Les PME créées en Algérie s'activent dans le secteur tertiaire et se caractérisent par son aspect communautaire, où l'unité de production se confond largement avec la famille, et le caractère humanitaire est indissociable de la logique économique.

L'entrepreneuriat algérien s'exprime par les formes de solidarités familiales, culturelles et religieuses. Cette actualité qui pose une contrainte pour l'entrepreneur, car il sera dans une situation de conservation et d'indépendance de monde extérieur ce qui lui empêchera le développement de son entreprise.

L'étude de Tabet (2006, 2010) sur les PME algériennes privées affirme beaucoup des réalités :

1. Les entrepreneurs se basent sur le style autoritaire dans le mode de management qui se caractérise par l'exercice de pouvoir et la volonté de contrôler.
2. Les entreprises productives sont entièrement intégrées, elles n'ont aucun contrats de sous-traitance, elles basent sur leurs stocks.
3. Le cas de financement à court terme cause à l'entreprise d'énormes problèmes de fonds de roulement et une insuffisance dans le fonds propres.
4. Avec toutes ces difficultés, on trouve aussi que l'entrepreneur est engagé dans l'informel et gêné par le statut juridique<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ibid, p37-39.

<sup>2</sup> Ibid, p41.

## **8. Entreprenariat féminine en Algérie :**

L'Algérie a connu depuis le 20<sup>ème</sup> siècle l'entrée de la femme dans l'activité entrepreneuriale, à cause de la politique de la généralisation de l'enseignement. L'éducation est devenue une obligation pour tous.

Les facteurs de motivation de ces femmes envers l'action d'entreprendre sont différents, tel que le chômage, la nécessité et les dispositifs de l'État pour l'emploi des jeunes. Les jeunes filles sont motivé à étudier pour sortir de la situation traditionnelle, pour pouvoir se libérer des coutumes qui les ont enchaînée pendant longtemps et qui les limitent aux fonctions domestiques.

Une partie importante de jeunes filles s'est engagée dans l'entreprenariat comme moyen de relever le défi contre la culture sociale qui les néglige. Elles cherchent des positions économiques et sociales, en s'imposant dans la société.

La culture sociale en Algérie, dans un environnement masculin, la femme est toujours éloignée, en ce qui concerne l'occupation des postes de responsabilité et des positions socioprofessionnelles<sup>1</sup>.

Les normes culturelles traditionnelles attribuent des rôles et des responsabilités aux femmes dans les sociétés de la région du Maghreb façonnent sans conteste les modes de pensés et influencent les perceptions vis-à-vis de la création de l'entreprise.

L'entreprenariat féminine en Algérie s'inscrit dans la lutte des femmes pour l'obtention de leurs libertés et leurs dignités contre la culture de marginalisation et la culture de soumission<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>[https://www.researchgate.net/publication/325253883\\_Les\\_femmes\\_entrepreneures\\_en\\_Algerie\\_Contraintes\\_culturelles\\_et\\_desir\\_d'emancipation/](https://www.researchgate.net/publication/325253883_Les_femmes_entrepreneures_en_Algerie_Contraintes_culturelles_et_desir_d'emancipation/) consulté le 31/05/2019 à 14 :28 p 2.

<sup>2</sup> Ibid, p2

### **8.1. L'environnement culturel :**

Dans un environnement économique difficile, pour les hommes l'action d'entreprendre est difficile. Les femmes s'engagent dans l'entrepreneuriat est encore plus difficile, c'est un vrai défi, sur plusieurs fronts : la famille, la société, les contraintes financières, la bureaucratie et la gestion des entreprises dans un monde de concurrence.

La culture traditionnelle de la société est un facteur contraignant pour une femme entrepreneure en Algérie comme au Maroc. Comme mentionné par Grey et Finley-Hervey, 2005 « dans la société marocaine, des valeurs traditionnelles tel que la solidarité, l'honneur, l'obéissance, le respect et l'entraide sont encore présents... ».

Ces attitudes culturelles sont le résultat de la socialisation de la femme dans leur société. Salman et al., ont conclut que « la socialisation des filles ne contribue pas à développer leur confiance en elles, leur autonomie, leurs sens du risque et leur gout de l'innovation : des aptitudes pourtant nécessaire chez tout individu qui souhaite développer et gérer son propre entreprise ».

L'entrepreneuriat est un emploi qui assure un revenu aidant à subvenir aux besoins personnels, familiaux ; l'entrepreneuriat est aussi moyen de satisfaire d'autres besoins d'autonomie et d'épanouissement de personnalité<sup>1</sup>.

### **8.2. Motivations des femmes algériennes vers l'entrepreneuriat :**

D'après leurs situations économiques et sociales, les femmes algériennes optent pour l'entrepreneuriat pour plusieurs raisons.

---

<sup>1</sup> Ibid, p4.

**a. La nécessité économique :**

Dans une société sous-développée, l'un des objectifs de la femme, c'est de trouver un emploi pour satisfaire leurs besoins économiques. Les petites entreprises sont un moyen de revenu important pour les femmes. Ils fournissent des emplois et des revenus pour atténuer la pauvreté.

**b. Désir d'auto- accomplissement :**

En plus de facteur économique, les femmes entrepreneures en Algérie expriment souvent leur désir d'auto-accomplissement. La reconnaissance et l'estime sont considérés par Ghaddeche (2016) comme des mobiles importants pour les femmes entrepreneures en Algérie.

**c. Désir d'autonomie et d'émancipation :**

Parmi les objectifs de l'entrepreneuriat féminin c'est le dépassement et la lutte contre les contraintes socioculturelles d'une société traditionnelle qui conçoit le rôle et la position naturelle de la femme est de rester au foyer. Selon Ghaddeche (2016, p168) « globalement, les sources de motivation définies sont le besoin d'autonomie, d'indépendance et d'ascension, qui caractérisent les femmes ayant des expériences professionnelles antérieures ».

**d. Désir du pouvoir et la reconnaissance sociale :**

L'entrepreneuriat donc apporte un statut aux femmes. C'est pour cela que l'entrepreneuriat est considéré comme un moyen de gagner le pouvoir et le respect dans la société.

e. Mécontentement envers les restrictions culturelles :

L'entrepreneuriat est considéré comme issue qui permet aux femmes de se libérer de l'injustice sociale et de la domination de la société masculine<sup>1</sup>.

## 9. La macrosociologie :

S'intéresseraient mutuellement à l'étude des unités sociales plus importantes en volume comme les grandes organisations industrielles, syndicales ou politiques, les villes ou même les sociétés à l'occasion de comparaisons inter sociétales.

## 10. La microsociologie :

C'est l'étude des petites unités comme les groupes composés d'un nombre limité d'individus, la famille ou les groupes de jeu.

Il ya trois critères pour distinguer entre les deux types de théories selon Cherkaoui (1997)

1-la nature des régularités à expliquer que l'on classera en

- Régularités individuelles : exemple voter pour un parti ou consommer un bien.
- Régularités sociales ou collectives : exemple rendre compte du degré de cohérence, d'intégration, de différenciation une société.

2- le type d'hypothèses que l'on vise pour expliquer ces régularités elles peuvent êtres : rationnelles, a rationnelles ou même irrationnelles.

3-le niveau d'observation ou le niveau d'analyse, qui est soit des unités individuelles, soit des situations ou encore des structures et des distributions de population.

---

<sup>1</sup> Ibid, p4-5.

On reliant ces trois critères, on arrive à une classification des théories micro et macro qui montre le passage d'un type de théorie à une autre et leurs conditions.

Les théories normatives comme le fonctionnalisme ont pour niveau d'observation et d'analyse la structure et rendent compte des régularités individuelles par les normes sociales. (Macro au micro).

Les théories macro structurelles comme celle de Blau(1997) ou de Fararo(1987) se situent au même niveau mais expliquent des régularités collectives par des paramètres structurels propres aux répartitions de la population. (macro- macro)

La théorie de l'échange de Blau(1964) et de Homans (1961) comme la micro économie visent à rendre raison de régularités individuelles sur la base d'hypothèses rationnelles sur les individus. (Micro-micro).

Leur ambition à comprendre des régularités sociales ne convainc pas de façon satisfaisante.

La théorie du choix rationnel part d'individus rationnels, interdépendants, et déduit des propositions qui se trouvent être aussi bien des régularités individuelles que collectives (macro-micro-macro), l'explication des régularités collectives qu'elle propose à l'avantage de toujours descendre au niveau micro, mais malgré, la puissance de cette dernière théorie, elle ne fournit pas des solutions satisfaisante au problème des liens polymorphes entre micro et macro<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Raymond Boudon, Philippe Besnard, Mohamed Cherkaoui, Bernard-Pierre Lécuyer, op cit p 137-138

## **1. Les études antérieures :**

L'entrepreneuriat féminin est un large champ d'étude, beaucoup d'études ont été effectuées dans ce sens en adaptant de différentes théories selon l'objectif visé de la recherche.

### **1.1. L'activité entrepreneuriale : le rôle des facteurs psychosociologiques :**

**Aissa Bensedik<sup>1</sup>**

Le contexte (social, institutionnel, financier et réglementaire) joue un rôle très important non uniquement dans le processus de mise en place mais aussi sur le plan psychologique de l'entrepreneur (sa motivation, la perception de risque et la résistance...).

Une enquête réalisée aux côtés des entrepreneurs détenteurs des projets dans le cadre de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) dans les wilayas d'Alger, Boumerdès, Tipaza et Blida.

La technique utilisée : c'est le questionnaire qui englobe les axes suivants : identification de l'entreprise, identification de l'entrepreneur, les compétences et expériences, les caractéristiques psychologiques, la motivation, l'évaluation de l'entreprise, la perception de l'environnement, la perception des obstacles, la perception des risques, le capital social, les relations avec l'administration, l'utilisation des TIC, l'espace et l'attractivité, les perceptions.

---

<sup>1</sup> Pierre-Noël Denieul, Mohamed Madoui, entrepreneurs maghrébins, édition Karthala et IRMC, 2008, p 151-159.

L'auteur a adopté les deux courants : l'approche déterministe, l'approche comportementale.

1-L'approche déterministe :

Ou « trait approach » (Garther, 1988) Elle considère l'entrepreneur comme un acteur primordial et essentiel. Elle porte sur la recherche des caractéristiques de l'entrepreneur : les traits de personnalité, les caractéristiques sociodémographiques, les capacités, les réseaux, l'innovation et l'autonomie, finalement pour arriver à un profil-type de l'entrepreneur.

2-L'approche comportementale :

Ou « behavioral approach » (Garther, 1988) l'entrepreneur comme un élément spécifique du processus de création d'entreprise, « il est quelqu'un qui perçoit une opportunité et crée une organisation pour en tirer profit » (Bygrave, Hofer, 1988). Cette approche s'intéresse au processus entrepreneurial comme l'ensemble des attitudes de gestion et les actions et activités de l'entrepreneur.

3-Analyse des résultants :

3-1 Les caractéristiques sociologiques de l'entrepreneur :

- L'âge des entrepreneurs :

La catégorie d'âge [32-37] ans qu'est le plus grand effectif de 36,7% et une autre tranche importante est celle de [20-25] avec un pourcentage de 3,9%.

- Le sexe :

Le pourcentage des femmes est de 20,01% et les hommes avec 79,99%

- Le niveau d'étude :

La majorité de l'échantillon ont un niveau d'étude secondaire 37,4% et la minorité sont des illettrés avec un pourcentage de 0,6%.

- La situation professionnelle avant la création du projet :

56,75% sont des chômeurs ;

39,16% sont des salariés ;

4,09% sont des dirigeants des entreprises

- Niveau de formation et activité choisie :

Le niveau secondaire se manifeste dans tout les domaines. Pendant que, le niveau supérieure est dominat dans les domaines de la communication, la médecine, de la fabrique ; le niveau moyen l'agriculture, le BTPH, menuiserie, transports...

### 3-2 Les facteurs de la motivation :

- Valeurs accordée à l'activité :

54,2% accordent une très grande valeur à leurs travaux sur un niveau 5 de l'échelle.

- La quantité d'efforts consacrés à l'activité :

Sur le niveau 4 de l'échelle, 98,9% manifestent qu'ils font des efforts considérables dans leurs activités.

- Le temps consacré à l'activité :

50,8% déclarent employer un temps important au travail de niveau 5 de l'échelle.

- L'intention d'abandonner cette activité :

29,1% n'ont aucune intention de quitter leurs activités contre 6,6% expriment le souhait de quitter.

- L'intention de persister dans l'activité :

Les jeunes ont l'intention de continuer dans leurs projets d'après les résultants des corrélations significatives entre la variable de la valeur accordée à l'activité et les trois autres variables : la quantité d'effort et le temps consacré et l'intention d'abandonner leurs activités.

### 4-Les principaux besoins qui motivent ces jeunes :

- Le besoin de pouvoir :

Il est déterminé par le degré de priorité : la jouissance de la liberté 39,8% et être patron 30,5%.

- Le besoin de réalisation de soi :

Il est mesuré par le niveau de satisfaction de (41,3%) de l'échantillon et (41,9%) de développement de nouvelles idées qui est assuré par leurs talons.

- Désir d'indépendance :

58,1% exprime un besoin d'indépendance tandis que 40,7% des entrepreneurs expriment la position de possibilité de choisir des personnes avec eux ils peuvent travailler.

- Besoin de reconnaissance sociale :

46,3% des jeunes ont pour but d'atteindre un niveau social élevé, ils assurent ce dernier par leurs efforts et leurs courages.

## **1.2. Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie**

**Mohamed Madoui<sup>1</sup>**

En Algérie plusieurs règles sur la restructuration des entreprises publiques, sur la libéralisation du commerce extérieur et sur la privatisation du secteur privé ont enclenché une réhabilitation des petites et moyennes entreprises qui occupent désormais une place centrale dans les orientations de la nouvelle économique.

Pour étudier les modalités sociales de transition d'un modèle de développement dirigiste à une économie de marché ils ont mené une enquête empirique sur les trajectoires professionnelles et familiales des entrepreneurs algériens en 2005, cette enquête est poursuivie depuis 2006 et 2007, leurs a permis de dresser une typologie des entrepreneurs opérant essentiellement dans les petites et moyennes entreprises à Alger et en Kabylie.

---

<sup>1</sup> Ibid, p163-170

L'analyse des résultats montre que le fil entrepreneurial a gagné toutes les catégories sociales et l'économie de marché fait partie du nouveau sens commun. La crise du précédent type de développement et le désir de promotion sociale font de l'entrepreneur le nouvel héros d'une économie en crise.

De la figure manager à celle de l'entrepreneur :

Pendant la période de l'indépendance 1962 jusqu'à la fin des années 1980 les algériens percevaient ces entreprises comme une possibilité d'accéder à des situations sociales dominantes, vice versa l'entrepreneur est non seulement perçu comme l'instrument privilégié du développement économique et des créations d'emploi, mais il s'impose comme un modèle pour la population en quête de promotion sociale.

Les profils de nouveaux entrepreneurs de PME :

Les sujets abordés pendant les entretiens effectués avec les entrepreneurs ont porté, sur leurs histoires de vie, leurs motivations et le sens qu'ils donnent au travail, les conditions de création et de développement de leurs entreprises, d'après les trajectoires socioprofessionnelles des enquêtés et leurs motivations à créer et à diriger une entreprise ont identifié quatre profils d'entrepreneurs algériens :

- Entrepreneurs reconvertis :

Ils ont regroupé d'anciens fonctionnaires et cadres du secteur public passés par l'opportunité dans le secteur privé. Ils ont créé leurs entreprises dans les années 1990 ils s'associent à des porteurs de capitaux, ils sont âgés de plus de 50 ans et ont un niveau de formation initiale élevé, égale ou supérieurs au baccalauréat et ils bénéficient de leurs longues carrières dans le secteur public, de formations continues de haut niveau. Leurs premières motivations relèvent souvent de

nouvelle possibilité de faire de l'argent et pour échapper au monde routinier et hiérarchisé de la fonction publique. Ils déclarent que les savoirs et le savoir-faire acquis dans les entreprises du secteur public leur servent aujourd'hui dans la gestion et le management de leur entreprise privée. Et les relations qu'ils ont tissées avec l'administration leur ont permis d'élargir leur clientèle et d'obtenir des métiers importants sous forme de sous-traitance.

- **Entrepreneurs contraints :**

Vu le taux élevé des chômeurs aucun secteur de la vie économique n'a été réglé. Ce sont des ouvriers et des employés des entreprises publiques qui paient le plus lourd tribut de ces mutations, cette crise de travail est liée en grande partie à la politique de privatisation de ces grandes organisations. Cette transition vers l'économie de marché est caractérisée par une diminution sensible des créations d'emploi résultant de la réduction des investissements publics depuis 1986 d'un côté et de l'autre côté par des compressions d'effectifs suite aux plans de restructuration des entreprises depuis 1994.

L'inactivité à 45 ans ou 50 ans c'est l'âge qui est jugé très critique pour l'employabilité, les anciens travailleurs du secteur avaient plus de vingt ans d'expériences professionnelles et d'ancienneté dans la même entreprise. Dès qu'ils ont créé leur entreprise ils ont préféré d'investir dans un corps de métier proche de leur domaine de compétences, ou dans des spécialités loin de l'activité qu'ils pratiquent avant. Le passage au secteur privé s'explique par une contrainte engendrée par un licenciement économique ou par une situation de chômage qui perdure.

- **Entrepreneurs migrants :**

Ils ont rencontré en Kabylie des entrepreneurs vus leurs trajectoires antérieures, ils ont connu une longue période d'immigration en France. Ils ont acquis une expérience personnelle soit en qualité de commerçant ou en tant que salariés et

ouvriers dans des usines françaises, leur retour été au début des années 1980, ils expliquent les raisons du retour en Algérie et de la création de l'entreprise sur le registre de l'opportunité. Ils ont rencontré des entrepreneurs qui ont créé leur entreprise avec l'aide financière du père, du frère ou de l'oncle installés à l'étranger depuis longtemps qu'ils ont émigré pour faire leurs études et après ils ont obtenu leur diplôme et ils deviennent des cadres et fonctionnaires et forment une génération nouvelle d'immigrés qui aident les membres de la famille à créer leur entreprise en donnant le capital nécessaire.

- Entrepreneurs héritiers

Les entrepreneurs héritiers sont équipés d'un privilège majeur, la tradition commerciale et entrepreneuriale de leur famille. Selon MEDOUI il y a deux types de dirigeants : le premier est représenté par des patrons qu'ils ont pris la relève à l'âge de 40 ans et ont commencé le travail très jeune dans l'entreprise familiale, et niveau scolaire bas. Leurs objectifs sont de suivre le métier du père. Le deuxième type est représenté par de jeunes patrons âgés de 25 ans pris la relève par héritage ou reprise de l'entreprise familiale, ils pensent faire des modifications dans la façon de diriger l'entreprise familiale ces modifications dépendent du niveau d'étude et de qualification élevé.

Certains entrepreneurs qui ont une longue tradition commerciale dans le passé et/ou entrepreneuriale il s'agit de retrouver un statut perdu pour des raisons différentes et pour d'autres il s'agit de reprendre l'activité exercée par le père.

### **1.3. Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir :**

**Fatima Tahir Metaiche et Abdeslam Bendiabdellah<sup>1</sup>**

L'entrepreneuriat féminin est un phénomène nouveau apparu à la fin des années 80, beaucoup des écrits ont intéressé à cette catégorie d'entrepreneurs et à son influence sur le monde économique. Mais, en Algérie les recherches sur l'entrepreneuriat féminin sont rares et aussi les chercheurs affirment le manque des statistiques dans ce domaine et l'incertitude sur l'effectif de ces femmes entrepreneures.

Une étude qui a été menée en 2010 auprès de 36 entreprises formées et gérées par des femmes algériennes distribuées dans la région ouest du pays (Oran, Sidi bel Abbes et Tlemcen). Ils ont présentés des entretiens en face à face avec un petit échantillon de femme de la wilaya de Tlemcen. Les interrogations ont été portées sur les points suivants :

- Le profil de leur entreprise (âge, taille, secteur d'activité, etc.),
- Les raisons ayant motivé leur création
- Leurs expériences entrepreneuriales,
- Les problèmes qu'elles ont rencontrés et les supports dont elles ont bénéficié lors de la création et pendant le développement de leurs entreprises.

Les résultats de ces entretiens ont assuré les grandes caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à savoir : les besoins de formation et de financement et le manque d'information, sont autant de difficultés d'ordre socioéconomiques auxquelles les femmes entrepreneures algériennes doivent faire face au

---

<sup>1</sup> Fatima Tahir Metaiche et Abdeslam Bendiabdellah, les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir ! , L'Harmattan | « Marché et organisations », 2016/2 n° 26 | pages 219 à 236.

quotidien pour réussir leurs projets. Ils ont combiné la méthode quantitative et qualitative : entretien et questionnaire.

Ils ont procédé aux travaux empiriques effectués par l'OCDE, GEM et la Banque mondiale ces travaux couvrent différentes régions du monde. Ils ont utilisés comme référence les écrits de (Brush et al, 1991 ; Brush, 1992 ; Ahl, 2006 ; Carrier et al, 2006 ; Orser, 2007 ; Verheul, 2005 ; Cornet et al, 2004. Ces derniers qui partagent l'hypothèse que les femmes entrepreneures ont presque les mêmes difficultés à travers le monde.

### 3.2. Analyse et interprétation des résultats :

Il s'agit de décrire les qualités et les capacités de ces femmes en matière de savoir-faire managérial et entrepreneurial, d'exposer ensuite leurs raisons d'entrer en affaire, et les secteurs d'activité qu'elles ont choisis pour attester leur volonté de réussir. Ensuite de cerner leurs contraintes face à leur environnement et d'identifier les difficultés et les obstacles au développement de l'entrepreneuriat féminin en général.

#### a) Profil sociodémographique des femmes entrepreneures

Ils sont ressorti une diversité de profils sociodémographiques des enquêtées grâce aux rencontres effectuées avec quelques femmes entrepreneures :

- La moyenne d'âge des femmes entrepreneures était de 40 à 55 ans :
  - De 40 à 50 ans sont clairement plus nombreuses (83 %), contre 6 % pour les plus de 50 ans. Toutefois, les deux tranches d'âge se réfèrent à un âge auquel les femmes sont relativement libérées des responsabilités matrimoniales et d'éducation de leurs enfants.
  - Ainsi, 17 % d'entrepreneures femmes actives à un âge compris entre 27 et 39 ans, âge correspondant globalement aux périodes des maternités et d'éducation des enfants.

-Par ailleurs, on note qu'aucune femme entrepreneure, dans l'échantillon, n'a moins de 25 ans.

-Or, 75 % de la population algérienne est composée de jeunes de moins de 25 ans. Ceci confirme, l'idée que la catégorie sociale des entrepreneurs et chefs d'entreprise reste plutôt fermée aux jeunes en général, et aux jeunes femmes en particulier ; conclusion qui rejoint notamment celle faite par (Gillet, 2007).

- Au sujet de la situation matrimoniale :

Ils ont constaté que 80.6 % de l'échantillon sont mariées (29 femmes) contre 8.3 % divorcées et 5.6 % veuves. Les chefs d'entreprise célibataires représentent 5.6 % de l'échantillon.

- Les raisons de se lancer dans les affaires :

La forte majorité 78.1 % provient essentiellement des femmes diplômées ayant connu une longue période d'inactivité, expliquant leur accès aux affaires comme une forme de délivrance du train-train domestique.

D'autres créatrices d'entreprises ont par contre choisi de légaliser leurs activités, après un passage par le secteur informel, en vue de bénéficier de l'accès au crédit bancaire.

Le motif d'autonomie financière est également naturellement présent, que ce soit à l'égard de la famille ou du conjoint. Celui de la réalisation de soi, est aussi fortement corrélé.

- Le niveau d'étude :

Il convient de remarquer que les femmes entrepreneures enquêtées sont majoritairement universitaires (80.6 %), et celle ayant le niveau secondaire et moyen représentent respectivement 16.7 % et 2.8 %.

b) Le profil des entreprises :

- ✓ L'analyse de la répartition géographique de ces 36 entreprises enquêtées :

Elle indique un certain déséquilibre, où la majorité est focalisée dans les centres urbains du nord du pays à savoir Alger 47 %, Annaba 11 %, Oran 11 %, et Tlemcen 8 %.

✓ La forme juridique :

La forme juridique majoritaire dans cet échantillon est la forme SARL (Société à responsabilité limitée) ce type de société à création est plus facile par rapport aux EURL. 65 % des femmes interrogées partagent la propriété avec le mari, un membre de la famille, ou même un ami à cause de des limites de l'épargne personnelle, des difficultés de mobiliser des ressources financières en vue de la création d'entreprise ont poussé. Seul un tiers des femmes se déclarent propriétaires uniques.

✓ La répartition selon les secteurs :

1-Secteur tertiaire représente presque la moitié des activités 44.4 % des femmes comme service Informatique-Internet-Télécom, Communication, Relation presse, Juridique-Fiscal, Audit-Conseil-Consulting.

2-Le secteur agroalimentaire occupe 22 % des activités.

3-Secteur industriel, n'occupe que 13.9 % (ex : Electronique, Mécanique)

Même si il y a une faible présence dans ce secteur, il semble qu'il y a une diversification des activités. Ainsi, les femmes activent non seulement dans les secteurs traditionnellement réservés pour elles (textile), mais aussi dans d'autres secteurs investis ordinairement par les hommes (les TIC, l'agroalimentaire et la chimie plastique).

✓ Le type des entreprises selon l'effectif des employés

-52.8 % ont embauché entre 10 et 49 employés, c'est-à-dire qu'elles sont de type « petite entreprise » .

-8.3 % suivantes sont de type « moyenne entreprise ».

-5.6 % sont de type « grande entreprise » puisqu'elles emploient plus 250 personnes.

✓ La durée de la création d'entreprise :

Le taux de 19.4 % présente une création de moins de 2 ans, cela souligne la croissance du nombre de nouvelles créations dans les deux dernières années (2009 et 2010).

-20 % depuis plus de 10 ans, cela signifie que ces femmes réalisent des performances assez motivantes pour assurer la pérennité de leurs affaires. De plus, le fait que leurs entreprises aient dépassé le seuil critique des cinq ans pour la consolidation des activités, témoigne d'un certain succès de leurs projets.

-39 % des femmes déclarent diriger leurs entreprises depuis plus de cinq ans.  
-41 % qui dirigent leurs entreprises depuis moins de cinq ans, ce constat peut s'expliquer positivement dans la mesure où il traduit l'orientation des femmes algériennes à rejoindre le monde de l'entrepreneuriat.

### **Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir**

L'intérêt de la présente contribution est porté sur l'étude qualitative descriptive consiste à vérifier auprès d'elles, ces trois piliers que sont « le savoir, le vouloir, et le pouvoir » pour décrire le phénomène de l'entrepreneuriat.

#### **1-Savoir entreprendre :**

Ces femmes possèdent des qualités particulières d'initiative, de prise de risque, de courage et de créativité. Malgré ces valeurs, elles semblent souffrir de manque d'expérience en gestion, de formation technique initiale, et de difficultés d'accès aux formations continues. Pour combler ce manque de culture managériale, elles ont d'autres caractéristiques :

#### **- Les connaissances linguistiques intéressantes :**

La majorité maîtrise le français et certaines se débrouillent en anglais. Celles qui ont un manque dans ce sens, désirent suivre des cours de perfectionnement en langues étrangères pour faciliter la communication.

### **- L'innovation en matière d'organisation du temps :**

La capacité de conciliation entre la vie privée et la vie professionnelle semble parfaitement bien assumée. La moyenne d'heures travaillées par semaine, dépasse les 50 heures voire plus de 60 chez la totalité des femmes enquêtées

### **- La conscience des changements évolutifs de l'environnement :**

Elles utilisent le moyen de la messagerie électronique (e-mailing). Certaines profitent des réunions ou des rencontres à travers des groupes relationnels, profitant de l'avantage de la proximité, la progression des NTIC et l'extension de l'usage d'Internet pour améliorer la consolidation du système relationnel entre les femmes entrepreneures.

L'approche de réseautage qui sert à améliorer ou faciliter les efforts entrepreneuriaux de ces femmes chefs et le maintenir de la diffusion des connaissances et des expériences.

### **-le sens des responsabilités sociales :**

Elles contribuent à l'amélioration de la situation professionnelle et sociale d'autres personnes, spécialement d'autres femmes comme les aides financières attribuées aux travailleurs chaque année par le biais de l'aumône (la zakat). Ceci engendre un climat de travail dynamique et une confiance interpersonnelle.

## **2- Vouloir entreprendre :**

L'entrepreneuriat féminin est devenu un excellent dispositif d'intégration de la femme dans la vie active, en lui offrant un statut social très important

Toutes ces femmes s'entendent sur un objectif unique « la réussite » dans leur expérience entrepreneuriale. Elles ont une insistance récurrente pour atteindre ce but.

### **- La participation à la diversification des secteurs d'activité :**

Les transformations socio-économiques poussent les femmes d'affaires algériennes à franchir des secteurs réservés apparemment aux hommes. Elles

jouent un rôle de plus en plus actif dans la diversité des secteurs d'activités (ex : textile, agroalimentaire, chimie plastique, Electronique, Mécanique ...etc.).

**- L'adoption des stratégies multiples :**

Pour diminuer ces coûts à des matières premières ou des équipements de qualité, quelques femmes chefs d'entreprises recourent généralement à la sous-traitance (généralement par des femmes au foyer).

D'autres femmes considèrent que l'innovation en termes de produit ou de service est la meilleure stratégie pour acquérir une part de marché.

**- Le désir d'autonomie et d'indépendance :**

Elles estiment avoir acquis un statut et une reconnaissance de leur travail dans la société et apprécient toujours le bon accueil en tant que femme chef d'entreprise. Elles sont davantage préoccupées par la réussite professionnelle et par le développement de leur activité. Elles démontrent un attachement qualitatif au travail, permettant la reconnaissance et la réalisation de soi.

**3- Pouvoir entreprendre :**

Parmi les contraintes que ces femmes entrepreneures identifiées : lourdeur bureaucratique, le besoin d'accès au financement comme question important, l'insuffisance du financement initial, une impuissance d'accès au crédit bancaire. Parmi, ces femmes celle qui font recours aux mécanismes traditionnels de financement (le capital investi est une épargne personnelle ou parfois le fait du réseau familial et amical), une insuffisance de formation et manque de ressources humaines qualifiées, un fort sentiment d'isolement dû au manque de contacts, d'intégration et de rattachement à des réseaux professionnels. A ces fins, elles s'orientent généralement vers leur entourage proche (collègues, amis, familles).

#### **1.4. Regard sur l'entrepreneuriat féminin tunisien :**

**Rabah Nabli <sup>1</sup>**

En Tunisie, la place des femmes et les rapports de genre sont en changement vu l'apparition de beaucoup de femmes entrepreneures en tant que agents de changement et des initiatrices d'innovation.

Le chercheur a mené une enquête en 2005 et 2006, on adoptant la technique qualitative et sur la base des entretiens semi directifs approfondis et des observations sur des entreprises gérées par des femmes. Au près d'un échantillon de 200 entrepreneurs et il a entretenu une trentaine de femmes entrepreneures.

Les entretiens ont porté sur : l'entreprendre au féminin, la gestion des ressources humaines, la gestion féminine de l'entreprise, l'entrepreneuriat et famille, la place et le rôle de la femme entrepreneure dans la société tunisienne.

D'après les résultats il a constaté un certain nombre de traits constants comme l'âge à la période de démarrage (au moyenne les femmes sont âgées de 35 ans contre des hommes 31 ans), et la situation matrimoniale 40% des femmes étaient seule sans enfants et 70% des hommes étaient célibataires, le niveau d'instruction des femmes est plus bas, et elles ont présenté dans le secteur informel. Parmi les motivations de ces femmes on résume :

- a- le désir d'indépendance ou l'autonomie: concerne ce qui sont déjà salariées, certaines ont quitté leurs emplois volontairement, d'autres ont perdu leurs emplois et d'autres des jeunes retraitées.
- b- l'engagement de la seconde activité, concerne les femmes ayant une expérience préalable ou celles qui ont vécu un changement inattendu dans leurs situations personnelles (un divorce, déménagement ou un héritage).

---

<sup>1</sup> Mohamed Madaoui, op cit, p 235-248.

## 1-La typologie des entrepreneures :

Il a remarqué une diversité des parcours des entrepreneures non uniquement les conditions de formation de ces agents économiques dans mais aussi dans les stratégies de ses membres pour leurs survies : la capacité à mobiliser un capital (savoir-faire, une rente foncière, une fonction bureaucratique ou politique, une formation intellectuelle, les expériences sociales et des entretiens de contact avec des personnes d'influence). Il a présenté une typologie des entrepreneures en Tunisie

- *Les héritières :*

Certaines femmes ont l'initiative économique de continuer et revaloriser le patrimoine hérité de leurs parents. Le climat social est plus précisément la famille favorise ce genre d'entrepreneure. Ce type de chef d'entreprise recrute d'une manière rationnelle (choisir le meilleur selon les exigences économique quelque sois son genre). Elles ont comme la qualité la capacité de gestion de temps, la de confiance en soi de diriger une entreprise parce qu'elles ont d'expérience dans la gestion des affaires de la famille.

- *Les converties :*

Pour ce type d'entrepreneures, elles sont des femmes provenant de la fonction publique ou elles ont bénéficié de la politique dites localisation. Elles estiment que l'entrepreneuriat est une alternative de salariat. Elles basent sur le réseau familial et le soutien de leurs maris (comptabilité...) mais elles ont l'impression d'être indépendante et autonome. Elles croient que l'entreprise féminine est un lieu de socialisation et un moyen d'intégration de la femme dans la société et d'élimination des représentations de séparation des deux sexes.

2-L'entrepreneuriat de survie ou à intérêt individuel :

On peut distinguer deux formes d'utilisation de ce qu'on appelle « le réseautage » :

L'entrepreneuriat de survie ce terme se réfère au monde de l'artisanat. Lorsque, L'entrepreneure trouve des difficultés, elle fait appel à son réseau extra-familial pour les résoudre (le local, la matière première ...).

L'entrepreneuriat à intérêt individuel ce concept est utilisé dans le cas où l'entrepreneures adhèrent dans des associations et participent à des manifestations pour tirer des fins personnelles (s'investir dans un projet ou élargir son entreprise).

### **1.5. Étude sur « Entrepreneuriat féminin » cas de la wilaya d'Oran<sup>1</sup>**

#### **Dif aicha**

Dans le cadre de l'obtention d'un mémoire de magister en sciences commerciales option « management des entreprises » ; M<sup>lle</sup> Dif Aicha a présenté sa thèse qui s'intitule « l'entrepreneuriat féminin » cas de la wilaya d'Oran en (2009-2010). La question centrale de la recherche est la suivante « qu'est ce qui motive et dé motive la femme algérienne à entreprendre ? », elle a émet les hypothèses suivantes :

- 1- Les facteurs socioculturels influencent la création chez les jeunes femmes algériennes.
- 2- Les facteurs socioculturels peuvent être un déclencheur l'intention entrepreneuriale chez les jeunes femmes algériennes.

---

<sup>1</sup> <https://theses.univ-oran1.dz/document/TH3232.pdf> consulté le 22/04/2019 à 12:30

La chercheuse a utilisé les deux approches quantitative et qualitative, techniques de collecte des données : questionnaire et entretien.

Elle a consacré une partie de la deuxième section « entreprenariat féminin en Algérie » du premier chapitre « l'entrepreneuriat féminin un contexte socioculturel en Algérie » dont elle a parlé de la classification de profil socioprofessionnel de la femme entrepreneure en Algérie dans l'étude de Anne Gillet (2003) :

- Femme issue d'une construction familiale,
- femme héritière d'entreprise,
- Jeune femme créatrice d'entreprise soutenue d'un réseau social,
- Femme issu d'un milieu universitaire,
- Femme innovatrice,
- Femme issu d'un milieu professionnel,

Elle a élaboré un guide d'entretien qui est structuré en deux volets : le profil des jeunes femmes enquêtées, le parcours de la jeunes femme entrepreneure et milieu socioculturel.

D'après les résultats, l'auteur a ressorti les conclusions suivantes :

1-Les éléments qui motivent à l'intention entrepreneuriale sont :

- ✓ L'idée de projet est propre à la jeune femme.
- ✓ L'idée de création d'entreprise est une aventure de réalisation de soi.
- ✓ La spécialité peut être un élément qui incite à l'intention entrepreneuriale comme les sciences commerciales.
- ✓ Le niveau d'étude de type cycle.
- ✓ La formation à l'entrepreneuriat au sein de l'université.
- ✓ La période de création qui est lié aux capacités financières et techniques.

- ✓ L'idée de création peut est en relation avec la personnalité.

2-Les éléments qui démotivent à l'intention entrepreneuriale :

- ✓ Le milieu familial n'incite pas à l'intention entrepreneuriale.
- ✓ Les études de post graduation incite au salarial que l'entrepreneurial.
- ✓ Les associations féminines n'incitent pas les jeunes universitaires à entreprendre et ces dernières n'ont pas aucune idée sur l'accompagnement qu'elles donnent.
- ✓ La qualité de prise de risque dé motive ces jeunes femmes.

## **2. L'individualisme méthodologique :**

Apparait 1871 sous la plume de Karl Menger, il est repris par Joseph A Schumpeter (1883-1950), et pour R. Boudon en 1920 dans une lettre adressé à R. Lietman dont il affirme que la sociologie doit s'adapter à des méthodes strictement « individualistes », ce terme ne doit pas être compris comme le sens éthique habituel (égoïsme), mais qu'il s'oppose au (collectivisme) et au « holisme »<sup>1</sup>.

C'est une démarche qui s'oppose au courant holiste, et contrairement à l'holisme, l'individualisme méthodologique explique les phénomènes sociaux à partir des acteurs individuels, refuse l'idée selon laquelle l'individu ne disposerait d'aucune marge d'autonomie et il serait entièrement soumis aux déterminismes sociaux<sup>2</sup>.

Le principe de l'individualisme méthodologique fait l'objet d'un large consensus en économie. En sociologie, la situation est plus floue. D'une part beaucoup d'études sociologiques se satisfont d'une définition « causale » de l'explication. Et d'autre part, certains sociologues partent du postulat selon

---

<sup>1</sup> Jean- Pierre Durand, Robert Weil, Sociologie Contemporaine, 3 éditions Vigot ,2006 paris, p179.

<sup>2</sup> Yao Assogba, op cit , p45.

lequel l'individu, étant le produit des structures sociales, peut être négligé dans l'analyse. Ce postulat décrit ce qu'on appelle parfois le *sociologisme* ou l'*holisme*, il est vrai que l'action individuelle est soumise à des contraintes sociales. Ces contraintes délimitent le champ du possible, non le champ du réel. Le principe de l'individualisme doit être un principe fondamental de toutes les sciences sociales<sup>1</sup>.

Afin de préciser une méthodologie de type individualiste n'implique en aucune façon que soient méconnues les contraintes de l'action et les structures ou institutions qui déterminent ces contraintes, on parle quelquefois d'*individualisme structurel* ou d'*individualisme institutionnel*. Ses deux notions indiquent au contraire que, pour expliquer l'action à l'intérieur d'un individu, il est en général nécessaire de déterminer les données structurelles et institutionnelles qui balisent le champ d'action à l'intérieur duquel il se meut, ainsi que les effets de la socialisation à laquelle il a été exposé et que les ressources dont il dispose.

Le principe de l'individualisme méthodologique est à mettre en rapport avec la célèbre distinction weberienne entre expliquer et comprendre<sup>2</sup>.

Il consiste à expliquer les phénomènes sociaux à partir de l'analyse des comportements individuels et de faire de ces phénomènes sociaux les résultats de l'agrégation de ces mêmes comportements « Tous les phénomènes ne peuvent se comprendre ou s'expliquer que si l'on part des acteurs individuels qui sont à l'origine de ces phénomènes »<sup>3</sup>.

L'individualisme méthodologique considère les finalités de l'action individuelle et l'intentionnalité de l'acteur placé dans des situations où il doit prendre en compte les contraintes qui contrarient ses objectifs. Ces contraintes peuvent

---

<sup>1</sup> Raymond Boudon, François Bourricaud, Dictionnaire critique de la Sociologie, édition PUF, 2011 paris, p307-309.

<sup>2</sup> Ibid, p308.

<sup>3</sup> Yao Assogba, op cit, p44.

relever de la structure d'interaction elle-même et faire appel à la théorie des jeux pour l'analyse. Ou bien les contraintes appartiennent au contexte, à la structure sociale en laissant toute fois les choix à l'individu entre plusieurs actions possibles.

Dans les limites individuelles autorisées par les contraintes, l'individu est un être agissant (Padioleau) dont l'action possède une finalité, ou plus précisément une rationalité (Boudon). Expliquer le comportement rationnel d'un acteur « c'est mettre en évidence *les bonnes raisons* qui l'ont poussé à adapter ce comportement, toutes en reconnaissant que ces raisons peuvent, selon les cas, être de type utilitaire ou téléologique, mais aussi bien appartenir à d'autre type »( R. Boudon, 1986 b,25). R. Boudon a privilégié dans l'analyse *des bonnes raisons*, le paradigme utilitaire selon le quel les acteurs agissent selon leur intérêt<sup>1</sup>.

Il se propose d'expliquer les phénomènes *macrosociologiques* par l'agrégation des comportements individuels. Dans l'exemple de Tocqueville sur les propriétaires des terriens français, il a analysé de la combinaison des choix individuel fait par ces personnes (l'installation en ville pour acquérir une charge royale et obtenir éventuellement un anoblissement), ce dernier qui a entraîné (un sous-développement de l'agriculture capitaliste et du commerce par rapport à l'Angleterre), ce résultant qui est une conséquence sociale appelée *effet de combinaison, effet émergent ou effet d'agrégation*<sup>2</sup>.

### **3. Le capital culturel :**

Est constitué par un ensemble de biens symboliques qui renvoient : d'une part, aux connaissances acquises qui se présentent « à *l'état incorporé* sous la forme de dispositions durable de l'organisme » (être compétant dans tel ou tel domaine du savoir, être cultivé ...); d'une autre part, a des réalisations

---

<sup>1</sup> Jean- Pierre Durand, Robert Weil, op cit, p 182.

<sup>2</sup> Ibid, p183.

matérielles, capital à *l'état* objectivé, patrimoine de bien culturels (tableaux, livres, instruments, machines...); et enfin le capital culturel peut socialement s'incarner à *l'état institutionnalisé* par des titres, diplômes, réussite aux concours etc., qui objectivent la reconnaissance de compétences par la société (État) et souvent lui donne statut (enseignant, employé de la fonction publique ...).

Le capital culturel ne s'acquiert pas, ni ne s'hérite, sans efforts personnels, il demande de la part de l'agent un long travail continu et soutenu d'apprentissage et d'acculturation dans le but de se l'incorporer, de le faire sien, de le faire soi.

L'acquisition du capital culturel demande du temps et donc les moyens matériels, essentiellement financiers; le capital culturel est étroitement corrélé au capital économique<sup>1</sup>.

#### **4. Le capital social :**

Représente l'ensemble des contacts, relations, connaissances, amitiés, qui donne à l'agent une plus ou moins grande épaisseur sociale, un pouvoir d'action et de réaction plus ou moins important en fonction de la qualité et de la quantité de ses connexions. Étroitement lié aux capitaux économique et culturel propre et à ceux d'autrui. Le capital social d'un agent est ce qui assure la reconnaissance et tend à être une sorte de multiplicateur de leur puissance par un effet d'agrégation symbolique<sup>2</sup>.

##### **4.1. Le capital social et les entrepreneurs:**

Le capital social est considéré comme la base de la culture entrepreneuriale, il fournit un soutien et un aide dont il a besoin (Coleman, 1990).

---

<sup>1</sup> Stéphane Chevallier, op cit, p 18.

<sup>2</sup> Ibid, p 19.

Bourdieu définit le capital social comme « l'ensemble des ressources qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relation plus au moins institutionnalisées, d'intercommunications, d'interconnaissances... ».

Le capital social favorise l'accès aux ressources matérielles et immatérielles soit des informations, valeurs (institutionnel, symbolique). Il représente les flux d'échanges sociaux qui forment un réseau avec un climat de confiance. Cette confiance et ces normes facilitent l'accès des entrepreneurs aux différentes ressources et bénéfices tel que : un prix bas que celui de marché libre, le statut social et les relations d'autorité...le capital social comme toute sorte de capital fait investi sur un intérêt social, l'entrepreneur tien compte de sa réputation dans sa région par exemple : employer une personne qui souffre des problèmes d'alcoolisme pour soutenir sa famille<sup>1</sup>.

#### **4.2. Le capital social entrepreneurial :**

Étant donné que les individus ne pourraient en aucun cas être dépendants du contexte social lors de leurs transaction, ni accepter que leurs comportements soient éloignés et mécaniquement prédéterminés par l'ensemble des normes propres à leurs catégories sociales d'appartenance.

De ce fait l'entrepreneur devrait s'intégrer dans des groupes d'individus ou des entités sociales pour détenir et développer un capital social entrepreneurial plus riche et varié. Ce capital social entrepreneurial facilite à l'entrepreneur l'accès aux ressources qui nécessaires pour le développement de son entreprise<sup>2</sup>.

Chronologiquement, il semble que le premier ce soit Bourdieu qui a parlé du concept de « capital social » en 1980, il affirme que le volume du capital social dépend de nombre de personnes qui sont dans son réseau personnel et du volume du capital culturel, économique et symbolique qu'il détient. Bourdieu

---

<sup>1</sup> Christophe Schmitt, regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, édition Presses de l'Université du Québec, Canada, 2008, p28-29.

<sup>2</sup> Amina Omrane, op cit, p 76

développe une vision instrumentale, structuraliste du capital social ; dans le sens que l'individu s'investit volontairement dans l'objectif de retirer des bénéfices et que le réseau relationnel est le produit des stratégies individuelles<sup>1</sup>.

En 1988, Coleman propose une autre vision et une définition plus large du capital social. Il assimile le capital social à une structure sociale productive qui facilite les actions des individus leur permettant d'atteindre des objectifs communs. Les aspects de cette structure sociale comprennent les obligations, les attentes, la confiance, le potentiel de l'information, les normes et les sanctions et les réseaux sociaux... Il souligne que « comme d'autres formes du capital, le capital social est productif, rendant possible la réalisation de certains buts qui ne pourraient être réalisés en son absence » (Coleman 1990, pp.302-303)<sup>2</sup>.

## **5. L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme :**

Le capitalisme moderne prend naissance au 16<sup>ème</sup> siècle dans les pays occidentaux et spécialement dans les pays et milieux de confession protestante. Weber vérifie également en fin de 19<sup>ème</sup> siècle que dans les régions allemandes où se côtoient catholiques et protestants, ce sont ces derniers qui, en majorité, détiennent les rênes du pouvoir industriel et commercial.

Cette double congruence relève de l'évidence, Weber tente d'expliquer non seulement le lien entre l'éthique puritaine et esprit du capitalisme mais, plus généralement, le processus de rationalisation qui, en Occident, transforme des champs aussi divers que ceux de l'art, de la politique, de la science ou encore du droit.

Max Weber remarque qu'il existe une relation étroite entre protestantisme et l'essor du capitalisme. Ainsi au 18<sup>ème</sup> siècle, c'est plus qu'une évidence de pointer le calvinisme des entrepreneurs et financiers les plus dynamiques en

---

<sup>1</sup> Ibid, p78.

<sup>2</sup> Ibid, p79.

Europe. Parce qu'à la suite de Luther, le protestantisme ascétique et puritain que développe Calvin encourage un comportement économique particulier. La profession (*Beruf* en Allemand) devient un devoir, une vocation, une épreuve de la foi. Ce comportement est marqué par un ensemble de valeurs comme le goût de l'épargne, le refus du luxe, la discipline du travail et la conscience professionnelle.

Voilà donc tout un ensemble de valeurs, de règles et de comportement, bref un *ethos* nouveau, qui conduit une élite protestante à s'investir, dans le monde moral, dans le travail et l'industrie. Le devoir s'accomplit dans l'exercice d'un métier est devenu une caractéristique de l'éthique sociale de la civilisation capitaliste.

Weber s'attache clairement à montrer que les idées peuvent jouer un rôle moteur dans l'histoire et devenir des forces sociales efficaces. Mais sa position est en réalité nuancée. Son propos ne consiste pas à nier la force d'éléments matériels, économique, technique...qui ont contribué à l'expansion du capitalisme. Weber se contente d'isoler un facteur culturel et d'en souligner sa propre efficacité<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>Michel Lallement, Histoire des idées sociologiques des origines à Weber, 2<sup>ème</sup> édition Nathan, 2003, p112-116.

**La partie pratique de la recherche**

# **Chapitre 1 :**

## **La méthodologie appliquée**

## Sommaire

### **Chapitre 1 : la méthodologie appliquée**

|  |    |
|--|----|
| 1. La méthode adoptée.....                     | 70 |
| 2. La méthode qualitative.....                 | 70 |
| 3. Les techniques utilisées.....               | 70 |
| 4. L'instrument de collecte de données.....    | 71 |
| 5. La population d'étude.....                  | 76 |
| 6. L'échantillonnage.....                      | 76 |
| 7. L'échantillon non probabiliste.....         | 76 |
| 8. La présentation de terrain d'étude.....     | 78 |
| 9. La phase de l'exploration.....              | 80 |
| 10.L'analyse des entretiens exploratoires..... | 81 |

## **La méthode et les techniques utilisées :**

La recherche scientifique nécessite l'utilisation d'une méthode et des techniques pour la collecte des données.

### **1. La méthode adoptée:**

Selon Maurice Angers, la méthode est définie comme l'ensemble des procédures, des démarches précises adaptées pour en arriver à un résultat.<sup>1</sup>

Étant donné que cette recherche vise la description, on a choisi la méthode qualitative parce qu'elle est la plus adéquate à la visée de la recherche.

### **2. La méthode qualitative :**

Elles visent à comprendre le phénomène d'étude. Il s'agit d'établir le sens de propos recueillis ou de comportement observé. On se base davantage sur l'étude de cas ou de petits nombre d'individus.<sup>2</sup>

### **3. Les techniques utilisées :**

Selon Maurice Anger « les techniques de recherche sont les moyens qui permettent d'aller recueillir des données dans la réalité. Elles présentent les principaux moyens de l'investigation de la réalité sociale».<sup>3</sup>

Pour passer à l'étape de la collecte des données, on a choisi la technique de l'entretien dans le but de collecter des informations sur ces femmes entrepreneures et de faire un prélèvement qualitatif.

---

<sup>1</sup> Anger Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Casbah université, 15, lot Saïd Hamdine -16012-Alger, p09

<sup>2</sup> Ibid, p60

<sup>3</sup> Ibid, p66

### **3.1.L'entretien :**

Est défini comme un procédé d'investigation scientifique, utilisant un processus de communication verbale, pour recueillir des informations, en relation avec un but fixé.<sup>1</sup>

Maurice Anger définit l'entretien comme une technique d'investigation scientifique utilisée auprès d'individus pris isolément, mais aussi dans certains cas, auprès de groupes qui permet de les interroger de façon semi-directive et de faire un prélèvement qualitatif en vue de connaître en profondeur les informateurs.<sup>2</sup>

### **3.2. Analyse de contenu :**

Comme technique complémentaire, analyse de contenu permet de scruter des documents non chiffrés. On peut s'arrêter à analyser le contenu manifeste ou ce qui est dit explicitement dans un document. On peut vouloir plutôt capter le sous-entendu d'un document et analyser plutôt son contenu latent.<sup>3</sup>

### **4. L'instrument de collecte des données :**

Ou le schéma d'entrevue, il contient toutes les questions susceptibles d'être posées lors de la rencontre avec une personne. Le schéma renferme tout ce qu'on cherche à savoir eu égard à sa définition du problème.<sup>4</sup>

L'origine des questions dans un schéma d'entrevue se forment à partir de l'analyse conceptuelle, la question générale correspond aux dimensions et les sous questions aux indicateurs sous chaque dimension. Ce schéma se compose de questions générales et des sous questions.

---

<sup>1</sup> Madeleine Grawitz, méthode des sciences sociales, 11eme édition, Dalloz, Paris, 2001, p644.

<sup>2</sup> Anger Maurice, op cit, 140.

<sup>3</sup> Ibid, p 168.

<sup>4</sup> Ibid, p 196.

Les questions doivent être du model de la question ouverte pour laisser la personne libre dans la façon de répondre, les termes employés ne doivent pas donner de précision à la manière de répondre car l'expression du sentiment ou l'évaluation de la personne qui est désirée. La question ouverte s'inscrit dans les outils de la recherche qualitative.<sup>1</sup>

#### **4.1. Analyse conceptuelle :**

##### 1- Définition :

Elle est un processus de concrétisation des concepts de l'hypothèse ou de l'objectif de la recherche. Elle débute en faisant ressortir les concepts de son hypothèse ou son objectif de recherche. Ensuite, on décompose chaque concept pour dégager les dimensions. Puis, on décortique la dimension pour être traduite par des indicateurs ou des phénomènes observables<sup>2</sup>.

##### 2- Objectif de l'analyse conceptuelle de cette recherche est :

La description du profil des femmes entrepreneurs de la commune d'Akbou sur le plan démographique, social et culturel.

##### 3- Définition des concepts

- Profil démographique :

C'est l'ensemble des caractéristiques :

1. Individuelles : âge, situation matrimoniale.
2. familiale : avoir des enfants, effectif des enfants, type de famille, taille de famille, zone d'habitation actuelle, zone d'habitation d'origine, situation économique de la famille avant la création de l'entreprise, situation économique de la famille après la création de l'entreprise.

---

<sup>1</sup> Ibid, 197.

<sup>2</sup> Maurice Anger, Initiation pratique à méthodologie des sciences humaines, Casbah université, 15, lot Saïd Hamedine-16012-Alger, p108.

- Profil social :

Ce profil regroupe les dimensions suivantes :

1. Individuelle : -L'origine de l'idée de créer une entreprise, la décision du passage à l'acte et la réalisation des démarches.
2. Familière : Le soutien de l'environnement et l'existence des entrepreneurs dans la famille.

- Le profil culturel :

On sort de ce profil les dimensions suivantes :

1. Religieuse : appartenance religieuse, la place de la religion dans votre vie femme entrepreneur, la place de la religion dans la vie de la famille de la femme entrepreneur.
2. Académique : parcours éducatif depuis le primaire jusqu'à la fin d'étude, formation dans le domaine d'activité, formation dans l'entrepreneuriat, formations complémentaires, le parcours académique de la famille dans le passé, le parcours académique de la famille actuellement.
3. Professionnelle : le travail avant la création, le domaine d'activité dans l'entreprise.

| <b>Concepts</b>                                  | <b>Dimensions</b> | <b>Indicateurs</b>   |
|--|-------------------|--|
| le profil démographique des femmes entrepreneurs | Individuelle      | -Age.<br>-Situation matrimoniale.  |
|  | Familiale         | -Avoir des enfants.<br>-Effectif des enfants.<br>-Type de famille.<br>-Taille de famille<br>-Zone d'habitation actuelle.<br>-Zone d'habitation d'origine<br>-Situation économique de la famille avant la création de l'entreprise.<br>-Situation économique de la famille après la création de l'entreprise. |
| Le profil social des femmes entrepreneurs        | Individuelle      | -L'origine de l'idée de créer une entreprise.<br>-La décision du passage à l'acte.<br>-La réalisation des démarches.   |
|  | Familiale         | -Le soutien de l'environnement.<br>-Existence des entrepreneurs dans la famille.   |

|  |                 |  |
|--|-----------------|--|
| Le profil culturel des femmes entrepreneures | Religieuse      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Appartenance religieuse.</li> <li>-La place de la religion dans votre vie femme entrepreneur.</li> <li>-La place de la religion dans la vie de la famille de la femme entrepreneur.</li> </ul>   |
|  | Académique      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Parcours éducatif depuis le primaire jusqu'à la fin d'étude</li> <li>-Formation dans le domaine d'activité</li> <li>-Formation dans l'entrepreneuriat.</li> <li>-Formations complémentaires.</li> <li>-Le parcours académique de la famille dans le passé.</li> <li>-Le parcours académique de la famille actuellement.</li> </ul> |
|  | Professionnelle | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Le travail avant la création.</li> <li>-Le domaine d'activité dans l'entreprise.</li> </ul>  |

## **5. La population d'étude :**

Ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation...La population donnée se reconnaît donc par un critère qui fait en sorte que les éléments qui en font partie ont une caractéristique commune ou sont de la même nature. Le nombre des éléments d'une population donnée forme son effectif.<sup>1</sup>

La population d'étude de cette recherche est les femmes qui travaillent dans le domaine d'entreprenariat dans la région d'Akbou.

## **6. L'échantillonnage :**

Ensemble d'opérations permettant de sélectionner un sous-ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon.<sup>2</sup>

En raison de l'indisponibilité d'une liste complète de ces femmes entrepreneures, on choisit l'échantillon non probabiliste.

## **7. L'échantillon non probabiliste :**

C'est un type d'échantillon où la probabilité qu'un élément d'une population soit choisi pour faire partie de l'échantillon n'est pas connue et ne permet pas d'estimer le degré d'une représentativité de l'échantillon ainsi constitué.<sup>3</sup>

Pour arriver à mieux définir notre objectif de recherche, nous avons opté pour l'échantillon typique

### **7.1. L'échantillon typique :**

Prélèvement d'un échantillon de la population de recherche par la sélection d'éléments exemplaires de celle-ci.

Dans ce type d'échantillon, les éléments choisis pour faire partie de l'échantillon apparaissent comme des modèles de la population d'étude. On cherche un ou

---

<sup>1</sup> Ibid, 226-227.

<sup>2</sup> Ibid, p229

<sup>3</sup> Ibid, p229

des éléments considéré comme des portraits types de la population dont ils proviennent<sup>1</sup>.

Notre échantillon est délimité auprès de 15 femmes entrepreneures de la région d'Akbou parce qu'on a constaté que les informations se répètent.

### **7.2. La taille de l'échantillon :**

C'est le nombre d'élément devant faire partie de l'échantillon. Différents facteurs entrent en ligne de compte pour la déterminer selon le type d'échantillonnage. La taille de l'échantillon non probabiliste diffère d'un problème de recherche à un autre.

Dans le cas de l'échantillon non probabiliste pour pouvoir établir la taille de l'échantillon:

1. il suffit d'avoir un nombre d'élément suffisant pour pouvoir par la suite faire les comparaisons nécessaires. C'est la définition du problème bien précise qui demeure ce premier guide de détermination de la taille.
2. Dans la recherche qualitative le deuxième guide de détermination de la taille c'est sur la base de principe de la saturation des sources, cela signifie qu'on arrête la collecte auprès des éléments de la population quand on aperçoit qu'il commence à y avoir une répétition et qu'il serait donc inutile d'en ajouter davantage pour la compréhension du problème à l'étude.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ibid, p237.

<sup>2</sup> Ibid, p243

## **8. La présentation du terrain d'étude :**

Dans ce titre, nous allons donner une présentation de la région d'Akbou sur différents aspects

### **8.1. La situation géographique :**

Akbou est située dans la haute vallée de la Soummam, sur le flanc Est du Djurdjura (chaîne de montagnes). Elle est délimitée au nord par la Daïra d'Ouzellaguen, à l'est Oued Soummam, qui la sépare de la commune d'Amalou (Daïra de seddouk), au sud-est Oued Sahel, appelé « Assif Abbas », et qui la sépare de la Daïra d'Ait R'zin, au sud la Daïra de Tazmalt, à l'ouest la commune d'Ighram et au nord-ouest la commune de chellata. Située à une altitude moyenne de 280m, la commune d'Akbou s'étend sur une superficie de 52,18km<sup>2</sup>; comprenant deux zones distinctes :

Le périmètre urbain : formé du plateau d'Akbou, de Tifrit et de d'Arafou. Les périphéries : formées du village colonel Amirouche, de l'Azib et de la plaine d'Azaghar, une zone semi-urbaine.

### **8.2. La situation démographique :**

La commune d'Akbou est fortement peuplée. Compte 45,657 habitants, répartis sur une superficie de 52,18km<sup>2</sup>, et une densité moyenne de 875 habitants/km<sup>2</sup>. Akbou est considéré comme le deuxième pôle économique de la wilaya, attire une population nombreuse et le nombre augmente d'une année à une autre.

### **8.3. L'Agriculture :**

Akbou est un pôle d'agriculture, est une région à vocation essentiellement oléicole. Cette agriculture se situe hors de la zone urbaine, le figuier occupe aussi une place privilégiée. Ce qui fait la dominance de l'arboriculture dans la région. Le secteur de l'agriculture se résume comme suit :

-Superficie totale 5218 Ha, dont la superficie agricole utile est de 3431Ha.

-Superficie irriguée : 551 Ha.

-Superficie plant : 2290 Ha.

#### **8.4. Industrie et énergie :**

La commune d'Akbou a réalisé une zone d'équipement d'intérêt économique, d'une superficie de 20 Ha, financée par ses propres fonds, et qui est répartie selon le type d'activité. Le partage s'est fait comme suit :

- 40% agro-industrielles.
- 30% pour les activités industrielles.
- 30% pour les activités B.T.P et prestation de service.

D'autre part, il a été projeté une zone artisanale de 23Ha, au niveau de l'agglomération secondaire.

##### ➤ Secteur public :

ALCOVEL, MAC/SOUM et SONARIC. Ces trois complexes offrent 1715 emplois, représentant 23,57% des occupés de la commune.

Les PMI sont représentées, le secteur public, par cinq entreprises de réalisation et de fabrication de l'EPTMDA, la SOMACOB, l'ENCOTRAB, L'ETR et la SOA.

##### ➤ Secteur privé :

Il se manifeste par un nombre important d'unités, intervenant essentiellement dans la fabrication des matériaux de construction et dans l'industrie agro-alimentaire. D'importantes unités à caractère industriel ou artisanal sont aussi en cours de réalisation dans la zone d'activité Taharacht, dont cinq d'entre elles sont déjà en phase de production. (Voir l'annexe page 128 ).

Le secteur commercial, jouant un rôle important dans la vie de la région, fournit un nombre important d'emplois, et est un facteur d'organisation partielle faisant d'Akbou un pôle incontournable ; le deuxième après Bejaia.

### **8.5. Enseignement et formation :**

Quand à la population scolarisée, elle est de 8759 enfants dans les 1<sup>er</sup> et 2<sup>eme</sup> cycles fondamentaux (enseignement primaire), avec un taux de scolarisation de 100%, dont 4068 filles.

Parlant du 3<sup>eme</sup> cycle fondamental (collège), le nombre de scolarisation est de 3263, dont 1537 filles, répartis sur 06 établissements pour l'enseignement secondaire et technique le nombre d'élèves scolarisés est 2627, dont 1242 filles. La commune dispose de 2 lycées polyvalents, d'un lycée technique et 2 centres de formation professionnelle.

La formation constitue une préoccupation de la collectivité en vue d'atteindre une maîtrise de la technologie de pointe et de permettre à la région de connaître un développement global.

#### ➤ Education religieuse :

La commune dispose de 09 mosquées, dont la capacité d'accueil est de 2000, d'une école coranique de 50 places<sup>1</sup>.

## **9. La phase de l'exploration :**

Cette phase a été initiée en premier lieu par les lectures, en deuxième lieu par les entretiens exploratoires. La phase d'exploration de terrain est nécessaire dans la recherche scientifique.

---

<sup>1</sup> Daira d'Akbou, recensement 2008,

Selon Omar Aktouf la pré-enquête est une phase de terrain assez précoce dont les buts essentiels sont d'aider à constituer une problématique plus précise et surtout à construire des hypothèses qui soient valides, fiables, renseignées, argumentées et justifiées. De même, la pré-enquête permet de fixer, en meilleure connaissance de cause, les objectifs précis, aussi bien finaux que partiels, que le chercheur aura à réaliser pour vérifier ses hypothèses<sup>1</sup>.

L'entretien exploratoire vise à économiser des dépenses inutiles d'énergie et de temps en matière de lecture, de construction d'hypothèses et d'observation<sup>2</sup>.

On a réalisé des entretiens exploratoires à la date de 07/05/2019 jusqu'au 16/05/2019 avec des femmes entrepreneures dans la région d'Akbou. On a choisis un échantillon de 11 femmes entrepreneures, dans le but de sélectionner une théorie à adopter et de construire la problématique et les hypothèses et aussi pour finaliser le guide d'entretien.

## 10. Analyse des entretiens exploratoires :

Tableau N°1 : Répartition de nombre des femmes selon la situation familiale :

| Situation familiale | Effectif |
|---------------------|----------|
| Célibataire         | 01       |
| Mariée              | 09       |
| Veuve               | 01       |
| Total               | 11       |

D'après les données de ce tableau, on constate que la majorité des femmes sont mariées avec un effectif de (9 femmes).

---

<sup>1</sup> Omar Aktouf, méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations *une introduction à la démarche classique et critique*, édition Presses de l'Université de Québec , 1987, p102.

<sup>2</sup> Maurice Anger, p58.

Tableau N°2 : répartition de nombre des femmes selon le niveau d'instruction :

| Niveau d'instruction | Effectif |
|----------------------|----------|
| Illettrée            | 01       |
| Moyen                | 04       |
| Secondaire           | 04       |
| Universitaire        | 02       |
| Total                | 11       |

On remarque dans ce tableau que les femmes ont un niveau d'instruction entre le moyen et le secondaire avec un nombre de (4 enquêtées) pour chacun de ces deux niveaux.

Tableau N°3 : la répartition de nombre des femmes selon l'âge :

| Classe d'âge | Effectif |
|--------------|----------|
| [20-30[      | 01       |
| [30-40[      | 02       |
| [40-50[      | 04       |
| [50-60[      | 04       |
| Total        | 11       |

Dans ce tableau, on observe que la majorité des femmes sont âgées entre 40- 60 ans, avec un effectif de (8 femmes enquêtées).

Tableau N°4 : répartition de nombre des femmes selon leur zone d'habitat :

| Zone d'habitat           | Effectif |
|--------------------------|----------|
| Rurale d'origine         | 03       |
| Urbaine d'origine        | 06       |
| Rurale d'origine urbaine | 02       |
| Urbaine d'origine rurale | 00       |
| Total                    | 11       |

On constate que la plupart des femmes sont d'origine urbaine avec un nombre de (6femmes).

Tableau N°5 : répartition de nombre des femmes selon l'utilisation du réseau social :

| Réseau social | Effectifs |
|---------------|-----------|
| Oui           | 07        |
| Non           | 04        |
| Total         | 11        |

Après l'analyse de ce tableau, on remarque que 7 sur 11 des femmes qui utilisent leur réseau social et détiennent un soutien de leur famille dans le processus de la création de leurs entreprises.

Tableau N°6 : répartition de nombre des femmes selon le motif de création de l'entreprise :

| Motif            | Effectif |
|------------------|----------|
| Choix individuel | 04       |
| Capital          | 03       |
| Choix et Capital | 04       |
| Total            | 11       |

On résume d'après ce tableau que 4 femmes entrepreneures ont choisi de créer leurs entreprises par leur choix individuel, et 4 autres femmes par leurs choix et aussi possèdent un capital.

Tableau N°7 : répartition de nombre des femmes selon le domaine d'activité :

| Domaine d'activité | Effectif |
|--------------------|----------|
| Féminin            | 10       |
| Masculin           | 01       |
| Total              | 11       |

On observe d'après ce tableau que 10 femmes se trouvent dans des domaines d'activité destinés au genre féminine tandis qu'une seule exerce une activité de genre masculin.

Tableau N° 9 : la répartition de nombre des femmes selon l'expérience de travail :

| L'expérience de travail | Effectif |
|-------------------------|----------|
| Oui                     | 05       |
| Non                     | 06       |
| Total                   | 11       |

On constate que 6 femmes sur 11 n'ont pas travaillé déjà et 5 femmes n'ont pas d'expérience de travail.

Tableau N°8 : répartition de nombre des femmes selon l'expérience au travail exercé :

| Expérience au travail exercé | Effectifs |
|------------------------------|-----------|
| Oui                          | 05        |
| Non                          | 05        |
| Aucune                       | 01        |
| Total                        | 11        |

D'après ce tableau, on remarque que 5 femmes ont déjà d'expérience dans le travail qu'elles exercent alors que 5 femmes n'ont pas d'expérience.

Tableau N°10: répartition de nombre des femmes entrepreneurs selon le modèle de Madoui :

| Type d'entrepreneur | Effectif | Cas                     |
|---------------------|----------|-------------------------|
| Reconvertis         | 8        | Cas N° 1-2-3-4-7-8-9-10 |
| Contraints          | 3        | Cas N° 5-6-11           |
| Total               | 11       | /                       |

D'après ce tableau on constate que 8 cas des femmes entrepreneurs sont de type d'entrepreneur reconverti, et 3 sont de type contraint.

Tableau N°11 : répartition des femmes selon la croyance religieuse :

| Croyance religieuse       | Effectif |
|---------------------------|----------|
| Musulmane pratiquante     | 06       |
| Musulmane non pratiquante | 05       |
| Total                     | 11       |

On remarque dans ce tableau que 6 femmes entrepreneures sont des musulmanes pratiquantes, et le reste sont des musulmanes non pratiquantes.

# **Chapitre 2 :**

## **La présentation des données et l'interprétation des résultats**

## Sommaire

### **Chapitre 3 : la présentation des données et l'interprétation des résultats**

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 1. Le déroulement des entretiens..... | 88  |
| 2. La présentation des données.....   | 88  |
| 3. L'interprétation des données.....  | 99  |
| 4. Synthèse.....                      | 111 |

## **1. Le déroulement des entretiens :**

Cette enquête s'est faite du 15/06/2019 au 20/06/2019 avec des femmes créatrices d'entreprise dans la région d'Akbou.

## **2. Présentation des données :**

Les données collectées de cette étude sont présentées cas par cas

### **Cas N°01 :**

Sur le plan démographique, c'est une jeune fille de 25 ans, célibataire. Elle vit dans une famille nucléaire Elle vit à la campagne dans sa zone d'habitation d'origine. Avant la création elle était sous la responsabilité de son père mais après la création de son entreprise elle est devenue indépendante financièrement de sa famille.

Sur le plan social, l'idée de créer son entreprise est relative à son amour de ce métier mais aussi par une mauvaise expérience de travail avec le genre masculin. Elle est soutenue financièrement par sa famille dans la phase de démarrage. La tradition entrepreneuriale est remarquable dans sa famille (père, frère et sœur).

Sur le plan culturel, elle est musulmane non pratiquante, elle a un niveau Bac. Elle a effectué une formation en informatique et une formation dans son domaine d'activité qui est le prêt à porter. Elle est issue d'une famille à faible niveau d'instruction. Elle a une expérience de travail dans un atelier de couture, cette dernière qui est son domaine d'activité.

On résume que cette jeune fille possède un capital social et culturel ainsi qu'elle est très soutenue par sa famille son idée de la création à été par son choix rationnel, et aussi elle est d'une famille d'entrepreneurs.

## **Cas N°2 :**

Sur le plan démographique, c'est une femme âgée de 33 ans, divorcée à 5 enfants. Elle vit dans une famille étendue dans la ville, d'origine de la campagne, elle vécu une situation de chômage et c'était ça famille qui la pris en charge. Mais après elle s'éloigner de sa famille elle vit seule avec ses 5 enfants dans une maison qu'elle louer.

Sur le plan social, avant elle était une simple travailleuse, et après son amie l'a propose de faire son propre projet, le passage à l'action était propose par son amie et elle à fait elle-même les démarches, elle était soutenue par sa famille, malgré le regard de ses proches qu'ils ne voulaient pas la voire réussir. Mais elle était encouragée par ses frères qui sont des entrepreneurs et ses parents.

Sur le plan culturel, elle une femme musulmane et non pratiquante, mais elle suit les normes de la religion, elle est issue d'une famille très conservatrice, son niveau éducatif était moyen. Avant elle était une simple travailleuse chez une autre femme. Elle à fait une formation dans son domaine d'activité comme coiffeuse, et aussi elle à fait une formation de cuisine. Sa famille dans laquelle elle à grandi ont un niveau faible, par contre actuellement ils ont un niveau très élevé chacun est spécialise dans un domaine.

C'est une femme divorcé qui a été soutenue par sa famille, sorti d'une famille qui a une culture d'entreprendre, lui a un choix rationnel est dû à la situation de sa petite famille.

## **Cas N°03 :**

Sur le côté démographique, elle est une femme mariée âgée de 57 ans, habite dans sa zone d'habitation d'origine à la ville. Avant la création de son entreprise sa situation économique était faible mais après sa situation est devenu moyenne.

Sur le côté social, l'idée de la création est due à la maladie de son mari et son fils, elle a pu réussir grâce à ces connaissances (merceries).

Sur le côté culturel: elle est une musulmane pratiquante, elle a un niveau primaire, sorti d'une famille qui un niveau d'instruction faible, elle a travaillé à la maison en noir, elle n'a pas une formation dans son domaine d'activité qui est la couture, elle a acquis cette expérience durant la période du travail en noir à la maison.

C'est une femme qui a eu l'idée de la création par son choix rationnel, elle a un capital social construit à travers ses connaissances, ces dernières qui lui ont aidé dans son projet personnel.

#### **Cas N°04 :**

Sur le côté démographique, cette entrepreneure est mariée, âgée de 38 ans, habite à la ville d'origine de la compagne dans une famille nucléaire. La situation économique de sa famille était bonne avant de lancer son projet et après elle s'évalué plus.

Sur le côté social, elle a décidé d'ouvrir un salon de coiffure parce qu'elle n'avait pas un niveau d'étude élevé pour travailler dans d'autre chose, elle avait un grand soutien de sa famille, elle était influencé par son père et son frère qui ont leur propre travail.

Sur le côté culturel, c'est une musulmane non pratiquante, parce que n'est pas pratiquante. Elle à un niveau 9<sup>eme</sup> année, elle a fait une formation en coiffure et esthétique. Elle a une expérience de travail de 3ans, avant la création de son entreprise.

Elle fait son projet par son choix qui est dû et aussi elle est d'une famille des entrepreneurs, avec un niveau moyen et elle à une expérience du travail.

### **Cas N°5 :**

Sur Le point démographique, c'est une femme âgée de 42 ans, célibataire elle vit avec une famille étendue dans la ville, d'origine de la compagne. Sa situation économique était faible, il ya que son père qui travail. Et après elle à ouvert son salon leurs situation économique était développer.

Sur le point social, Elle à décider de quitter le travail et d'ouvrir son propre salon de coiffure vu la situation familiale et ce qui ce passe au travail, elle à décide de commencé et elle à fait ses démarches et son entourage l'a beaucoup encourage et elle n'a pas eu des problèmes avec son environnement aussi elle était d'une famille des entrepreneurs ses frères.

Sur le point culturel, elle est musulmane non pratiquante, et d'une famille des pratiquant ils ne sont pas très conservateurs, son parcours éducatif était moyen elle à travaillé dans un salon et aussi à une formation dans le domaine de la coiffure sa famille avant à un niveau faible, et actuellement ils ont un niveau très élevé.

D'après les données de l'entretiens, cette femme a choisis de faire son projet elle à eu l'encouragement de son entourage et elle est très soutenue par sa famille, elle possède aussi des entrepreneurs dans sa famille.

### **Cas N° 6 :**

Sur le champ démographique, c'est une femme mariée âgée de 40 ans elle vit avec son mari et ses 3 enfants une famille nucléaire habite à la ville, d'origine de la ville. Elle à vécue une période de la misère et après elle à ouvert son entreprise toutes à changer maintenant à une situation économique stable et même son style de vie à était changer et améliorer.

Sur le champ social, elle à décide de créer son entreprise auto-école parce sa situation économique était faible, elle à bénéficié d'un crédit bancaire.

Sur Le champ culturel, c'est une femme musulmane et pratiquante elle porte le voile, elle suit les valeurs dictées par la religion, sa famille est très attaché aux normes de la religion, avec un parcours universitaire, elle était une bonne élève dans les tous les niveaux elle à eu son bac après elle a étudié 3ans elle eu sa licence en droit et après elle a arrêté, elle a travaille dans son domaine et aussi à une formation en informatique, elle est d'une famille qui a un niveau primaire et actuellement la plupart son des universitaires, elle a travaille 4 ans comme secrétaire et 2 ans dans un bureau d'avocat.

Après l'analyse de l'entretien, on remarque que cette enquêtée possède un capital social et du culturel, et malgré qu'elle travaille dans un domaine d'activité masculin mais en temps que elle travaille avec son mari, on constate qu'elle n'a pas sorti de son sphère domestique.

#### **Cas N°07 :**

Sur le niveau démographique, cette enquêtée est âgée de 38 ans, mariée. Elle a deux enfants et vit dans une famille étendue, elle vit dans une zone rurale mais d'origine de la ville. Sa situation économique est normal son mari travaille avec un bon salaire, les bénéfices de l'entreprise sont une cotisation pour sa petite famille.

Selon le niveau social, l'idée de créer une entreprise a été proposée par son père avant le mariage, mais elle n'a pas effectué toutes les démarches nécessaires. Cependant que son mari travaille sans assurance sociale. Elle a décidé de l'ouvrir pour garantir l'avenir de ses enfants. Elle était soutenue par son mari et sa famille. La famille de son père possède une entreprise, et du côté de son mari ses bons frères sont tous des entrepreneurs.

Selon le niveau culturel, cette femme est musulmane pratiquante, elle a un niveau 9<sup>ème</sup> année, issue d'une famille qui a un niveau d'instruction moyen J'ai

fais deux formations : prêtre à porté et tailleur, elle a une expérience de 7 ans dans le domaine de travail (la couture).

Cette entrepreneure possède un capital social et culturel, et elle été influencé par les normes de la famille dans le choix de son métier.

### **Cas N° 08 :**

Selon la sphère démographique, c'est une femme âgée de 46 ans, habite à la compagne, vit dans une famille nucléaire qui a une situation économique moyenne avant de créer son projet. Avec la création, sa situation économique c'était améliorer et elle a réalisé facilement les démarche nécessaire pour l'immigration de ses fils.

Selon la sphère sociale, l'idée de créer sa propre entreprise était son rêve, et que cette entreprise sera au service des femmes. Elle était soutenue par son environnement familial et familial. La pratique entrepreneuriale existe de sa famille (deux frères ont une entreprise de fabrication de métal, et son mari était un commerçant).

Selon la sphère culturel, c'est une musulmane pratiquante, issue d'une famille qui a un bon niveau d'instruction, elle a un niveau Bac plus trois, elle a suivi plusieurs formation en domaine du sports, et une formation en informatique. Elle a une expérience de travail de 10ans comme responsable d'une librairie.

Cette entrepreneure à un fort capital social et culturel, et l'adoption de son entreprise est dû à son choix rationnel.

### **Cas N°9 :**

Sur la dimension démographique, c'est une femme mariée âgée de 51 ans, elle habite avec son mari et ses 4 enfants dans la ville, d'origine de la ville est une famille nucléaire sa situation économique est stable, et même après la création de son entreprise sa situation était beaucoup amélioré qu'avant.

Sur la dimension sociale, Elle a ouvert un atelier de gâteau par amour du métier elle a fait tout les démarches elle-même avant de commencé le travail, elle travaillé à la maison elle eu le soutien et aussi encourager par sa famille, elle rencontrer des problèmes de la part de ses proches, elle est venue d'une famille d'entrepreneurs ses frères et cousins.

Sur la dimension culturelle, c'est une musulmane pratiquante elle respecte les normes et valeurs de la religion, très conservatrice, aussi d'une famille qui respecte et applique ce que dit la religion, elle a un parcours éducatif faible 6eme année primaire, elle était dominer par sa famille, le niveau de sa famille était faible et actuellement tous on des diplômes universitaires.

Cette femme entrepreneure à un fort capital social et un capital culturel faible, et elle à constitué son projet individuellement.

#### **Cas N°10 :**

Sur l'aspect démographique, cette entrepreneure est âgée de 36 ans. Elle était divorcée maintenant mariée, vit dans une famille étendue. Elle est d'origine d'une zone urbaine actuellement vit à la compagne. Sa situation économique avant la création de son entreprise était faible, après la création elle a arrivé à combler ce manque.

Selon l'aspect social, l'idée de créer une entreprise a été proposé par son frère, elle n'a pas accepté son choix au début, mais elle était obligée parce qu'elle doit avoir un revenu pour qu'elle satisfère ses besoins. Elle n'a pas bénéficié un soutien de son environnement familial ou extérieur.

Selon l'aspect culturel, elle est une musulmane pratiquante, elle a un niveau 9<sup>eme</sup> année moyen, issue d'une famille à faible niveau d'étude. Elle a fait trois formation dans son domaine d'activité qui les gâteaux et trois autre formation complémentaires : agent de saisie, bureautique, informatique.

Les formations effectuées par cette entrepreneure ont lui permet d'acquérir un capital culturel.

### **Cas N°11 :**

D'abord démographique, c'est une femme mariée âgée de 37 ans, vit avec son mari et sa fille c'est une famille nucléaire habite en compagne, d'origine de la ville leurs situation économique était misérable parce qu'ils sont abandonner par le père de la famille et actuellement avec la création de son projet la situation à changer est devenue mieux.

Socialement, elle a travaillé dans une auto école, après elle à décidé d'ouvrir une auto école, elle fait les démarches elle-même. Elle n'a pas eu le soutien et l'encouragement de son entourage sauf sa famille et son mari, elle est d'une famille d'entrepreneurs son père à une imprimerie et frères ont du commerce la culture d'entreprendre existe dans la famille.

Culturellement, c'est une Musulmane et pratiquante respecte les normes de la religion, elle est d'une famille très attaché à la religion, avec un niveau d'étude secondaire elle était intelligente toujours avec de bonnes notes. Elle a travaillé dans ce domaine a fait une formation en informatique sa famille était moyennement instruite avec maintenant ils sont tous instruit leurs niveau est très élevé.

Dans l'entretien numéro11, on remarque que la femme était influencée par l'existence des entrepreneurs dans son milieu, et aussi l'absence de son père explique son orientation vers un domaine de travail masculin.

### **Cas N°12 :**

Ce 12<sup>eme</sup> cas englobe les caractéristiques démographique suivante, c'est une jeune entrepreneure mariée a âgée de 31 ans, vit dans une zone urbaine d'origine de la compagne. Avant le lancement de son projet la situation économique de sa

famille était moyenne, mais après elle participe dans responsabilité et sa situation s'était améliorée.

D'un autre côté elle a les caractéristiques sociales suivantes, elle avait l'idée avant qu'elle termine ses études après, elle a travaillé pour 2 ans après elle a réalisé qu'elle ne peut pas continuer d'être sous la direction d'un chef, elle a décidé de son propre poste. Elle a eu davantage le soutien de sa famille.

De l'autre côté elle a les caractéristiques culturelles suivantes, elle est une musulmane non pratiquante, elle est diplômée en sociologie des organisations, sa famille ont généralement un niveau secondaire d'étude ; elle a bénéficié de formation des langues et en bureautique, elle a fait une formation comme éducatrice d'enfance.

D'après l'analyse de l'entretien, on résume que elle possède un capital culturel en basant sur son parcours académique et que l'idée de la création était son choix rationnel.

### **Cas N°13 :**

Selon le plan démographique, c'est une femme veuve âgée de 48 ans à 2 enfants. Elle habite avec ses 2 enfants c'est une famille nucléaire elle est d'origine de la ville et habite à la ville. Elle a vécu une situation dure après la mort de son mari elle est revenue chez ses parents qui n'ont pas une situation meilleure, et après la création la situation était développer et amélioré.

Sur le plan social, c'est par amour du métier c'est beaucoup plus un souhait elle a décidé d'ouvrir un atelier de gâteau, elle a fait tout les démarches elle-même, aussi soutenu et encourager par son entourage, ils existent certains qui essaient de la décourager avec la concurrence ils ne veulent pas qu'elle réussit.

Sur le plan culturel, musulmane pratiquante avec voile, elle respecte et très attaché à ce qu'est dit par la religion et venue d'une famille très conservatrice.

Son parcours éducatif était primaire, à suivit une formation propre a son travaille, ses parents sont des illettrés, maintenant ils ont un parcours supérieure à l'université. Avant de créer elle à travaillé dans une usine et aussi dans une crèche.

Cette femme entrepreneure est veuve avec un lien social fort et un faible capital culturel avec son niveau éducatif primaire, elle à créer son propre projet par son choix individuel.

#### **Cas N°14 :**

Sur le coté démographique, elle décrit comme une femme mariée avec 2 enfants âgée de 43 ans, elle vit avec sa famille nucléaire constituer de ces 2 enfants et son mari de la ville d'origine de la compagne avec une situation économique moyenne après la création toutes est changé et amélioré.

Sur le coté social, l'idée a été proposée par son amie, et après elle à fait toutes ses démarches, avant de passer à l'action, aussi elle était soutenu par son entourage moralement et financement, il y a ce qu'ils ne veulent pas qu'elle réussit, mais elle était très encourager par son frère avec son expérience dans le commerce.

Sur Le coté culturel, c'est une musulmane pratiquante, suit les valeurs de la religion d'une famille très stricte et sévère, à un niveau secondaire issue d'une famille avec un niveau moyen, à travaillé dans son domaine, aussi à une formation en informatique actuellement sa famille on un parcours élevé. Elle à travaillé comme secrétaire dans une école. Avant d'ouvrir son salon de coiffure et esthétique.

A la base de l'analyse de ce 14<sup>eme</sup>, on peut constater que cette femme possède un capital social et culturel.

### **Cas N° 15 :**

Sur le plan démographique, c'est une femme mariée avec 3 enfants âgée de 54 ans c'est une famille nucléaire de la campagne d'origine de la ville sa situation était moyenne après s'était amélioré et équilibré.

Sur le plan culturel, l'idée de créer sa crèche était par amour, elle à fait toutes les démarches seule avant de passé à l'action, à eu le soutien de sa famille parce que dans sa famille ils ont des entrepreneurs.

Sur le plan culturel, elle est une musulmane pratiquante, très attaché poursuit les règles de la religion, elle est née dans une famille qui sont très attache la religion. Avec un niveau secondaire était une élève moyenne, avant de créer elle à obtenu un diplôme dans son domaine venue d'une famille de faible niveau et après ses frères et sœurs ont un niveau fort sont des universitaires, elle à travaillé déjà comme chef d'équipe de production pendant 9 ans ce qui la aider à gérer sa crèche.

On constate d'après cet analyse que la femme possède un capital social et culturel, d'après son domaine de travail on constate aussi qu'elle est resté toujours dans les tâches traditionnelles des femmes (l'éducation des enfants).

## 1. Interprétation des résultats :

Tableau N° 12 : La répartition de la population d'étude selon l'âge :

| Classe d'âge | Fréquence | Pourcentage |
|--------------|-----------|-------------|
| [25-35]      | 03        | 20%         |
| [36-46]      | 08        | 53,33%      |
| [47-57]      | 04        | 26,66%      |
| Total        | 15        | 100%        |

La moyenne d'âge de la population d'étude est 41 ans.

Ce tableau montre la répartition de la population d'étude selon l'âge, divisée en trois classes, la majorité de la population sont dans la classe d'âge [36-46] avec une fréquence de (08), ensuite par la classe d'âge [47-57] avec une fréquence de (04), la petite classe d'âge [25-35] présentée avec une fréquence de (03).

On observe que la plus part des femmes sont âgées entre 36 ans et 46 ans.

Secteur N°1 : répartition de l'échantillon selon l'âge :

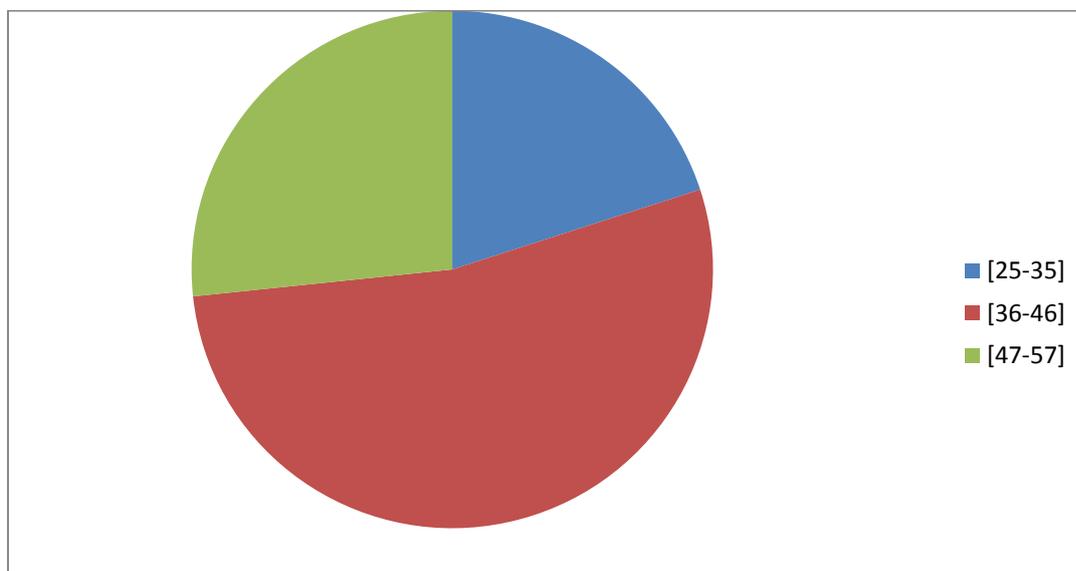


Tableau N° 13 : la répartition de la population d'étude selon la situation matrimoniale :

| Situation matrimoniale | Fréquence | Pourcentage |
|------------------------|-----------|-------------|
| Célibataire            | 02        | 13,33%      |
| Mariée                 | 11        | 73,33%      |
| Divorcée               | 01        | 6,66%       |
| Veuve                  | 01        | 6,66%       |
| Total                  | 15        | 100%        |

Ce tableau présente la situation matrimoniale des femmes entrepreneure. On constate que la majorité des femmes sont mariée avec une fréquence de (11), et deux (02) célibataire, et enfin une divorcé et une autre veuve.

On résume que les femmes mariées sont plus souvent qui prennent cette action de l'entrepreneuriat par rapport aux autres.

Secteur N°2 : répartition de l'échantillon selon la situation matrimoniale

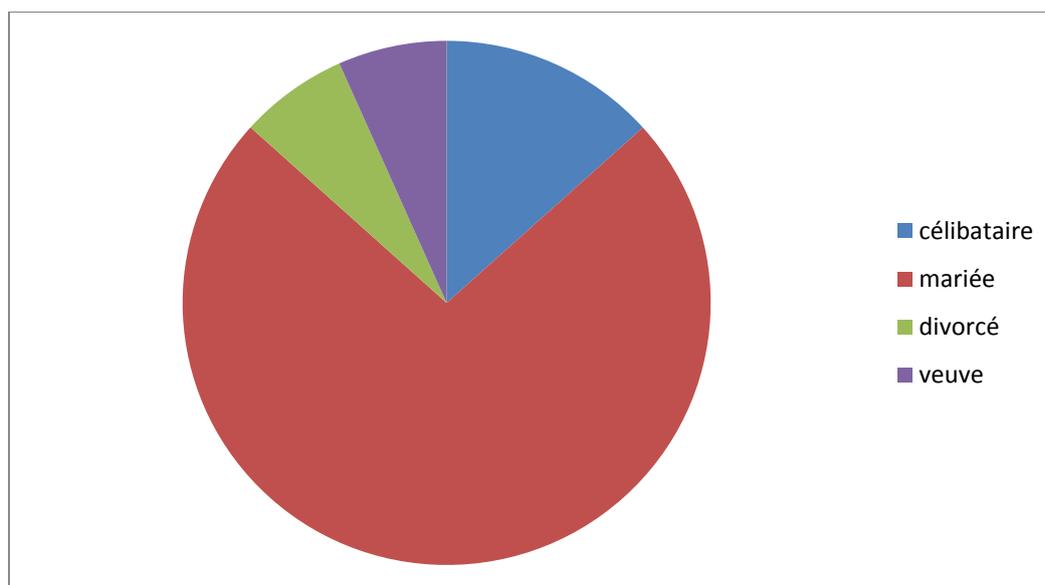


Tableau N° 14 : la répartition de la population d'étude selon la zone d'habitation :

| Zone d'habitation              | Fréquence | Pourcentage |
|--------------------------------|-----------|-------------|
| Compagne d'origine et actuelle | 01        | 6,66%       |
| Ville d'origine et actuelle    | 04        | 26,66%      |
| Compagne d'origine ville       | 04        | 26,66%      |
| Ville d'origine compagne       | 05        | 33,33%      |
| Total                          | 15        | 100%        |

Ce tableau montre la répartition de la population d'étude selon la zone d'habitation, on constate que 33,33% de ces femmes habitent dans une zone urbaine d'origine de la compagne, le pourcentage de 26,66% est répété dans deux cas le première est les femmes qui habitent actuellement en ville qui est leur zone d'origine ; le deuxième ou les femmes sont d'origine de la ville actuellement elles habitent à la compagne. Enfin, un pourcentage de 6,66% qui représente les femmes ont leur zone d'habitation actuelle.

Secteur N°3 : répartition de l'échantillon selon la zone d'habitation :

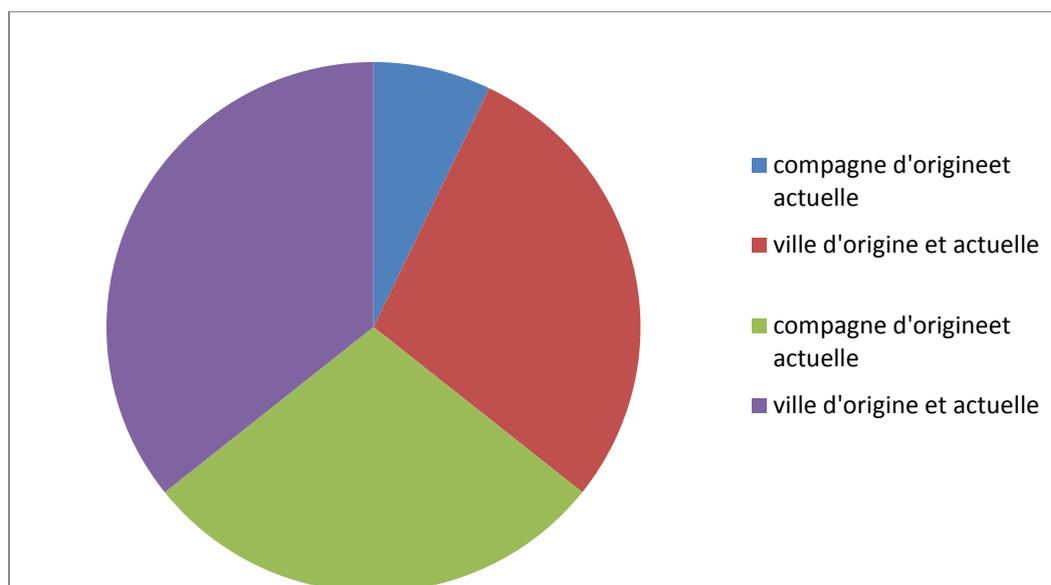


Tableau N°15 : la répartition de la population d'étude selon soutien social :

| Le soutien social | Fréquence | Pourcentage |
|-------------------|-----------|-------------|
| Famille           | 12        | 80%         |
| Connaissance      | 01        | 6,66%       |
| Aucun             | 02        | 13,33%      |
| Total             | 15        | 100%        |

Ce tableau explique la répartition de la population d'étude selon le soutien social, on remarque que 80% des femmes entrepreneures possèdent d'un soutien de la part de leurs familles, et 13,33% n'ont aucun soutien social, et 6,66% ont bénéficié d'un soutien de leurs connaissances (amis).

Cela signifie que les femmes entrepreneures ont un capital social qui l'ont aidé dans le processus de création de leurs entreprises.

#### Secteur N°4 : répartition de l'échantillon selon le soutien social

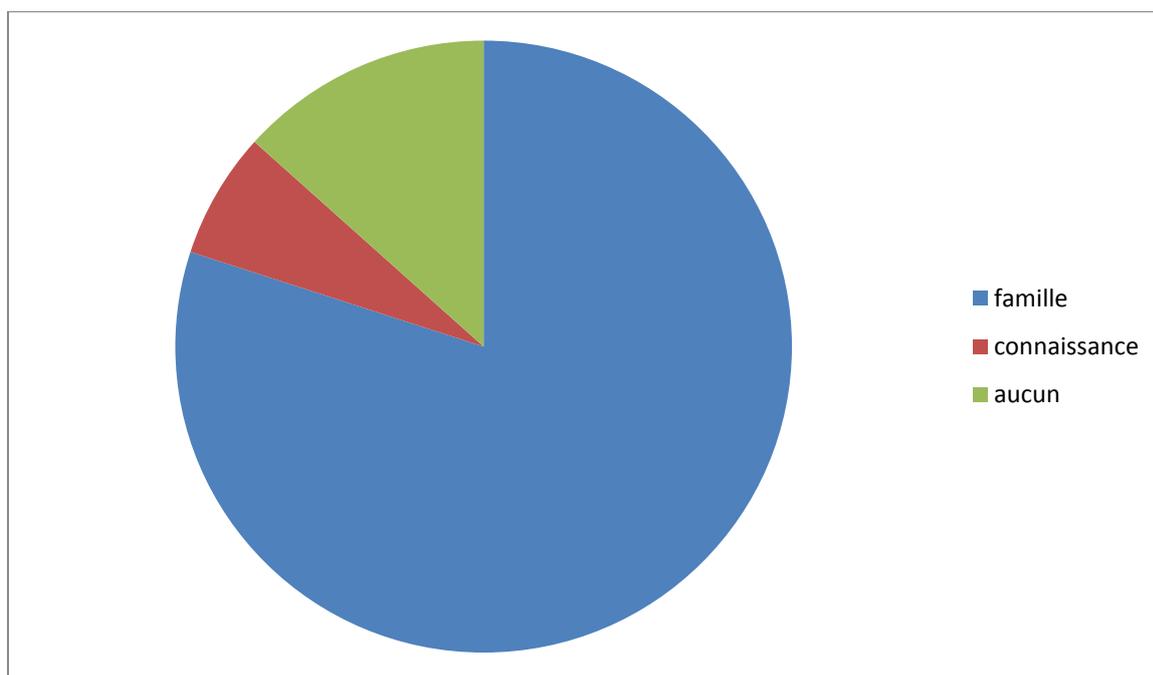


Tableau N°16 : la répartition de la population d'étude selon l'origine de l'idée :

| Origine d'idée | Fréquence | Pourcentage |
|----------------|-----------|-------------|
| Personnelle    | 11        | 73,33%      |
| Proposée       | 04        | 26,66%      |
| Total          | 15        | 100%        |

Ce tableau illustre la répartition de la population d'étude selon l'origine de l'idée de création de l'entreprise ; on observe que 73,33% de ces femmes ont créé leurs entreprises par idées personnelles, tandis que 26,66% des femmes entrepreneures que l'idée de créer une entreprise a été proposée par quelqu'un d'autre (famille, amis).

## Secteur N°5 : répartition de l'échantillon selon l'origine d'idée

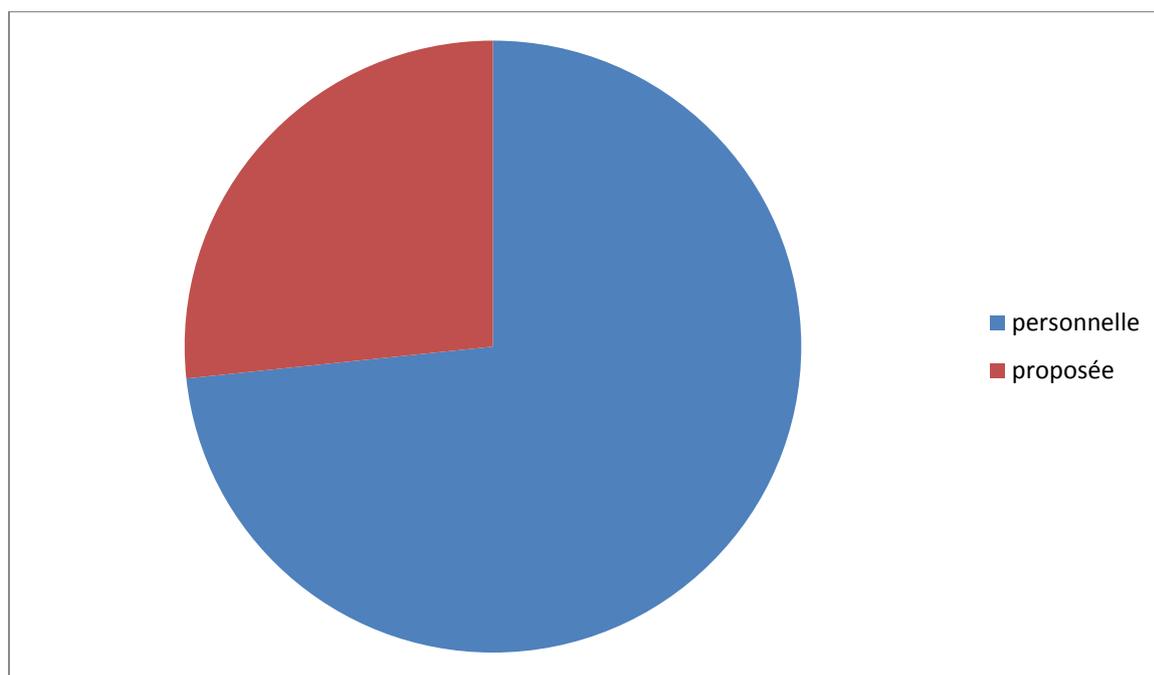


Tableau N° 17 : la répartition de la population d'étude selon l'existence des entrepreneurs dans la famille :

| L'existence des entrepreneurs | Fréquence | Pourcentage |
|-------------------------------|-----------|-------------|
| Oui                           | 10        | 66,66%      |
| Non                           | 05        | 33,33%      |
| Total                         | 15        | 100%        |

Ce tableau montre la répartition de la population d'étude selon l'existence des entrepreneures dans leurs familles ; on constate que la plus part de la population d'étude a des entrepreneurs dans la famille avec un pourcentage de 66,66%, et le pourcentage de 33,33% présente les femmes entrepreneures qui n'ont pas la pratique d'entreprendre dans la famille.

On remarque que l'existence des entrepreneurs dans la famille influence sur les femmes pour créer leurs projets.

Secteur N°6 : répartition de l'échantillon selon l'existence des entrepreneurs dans la famille

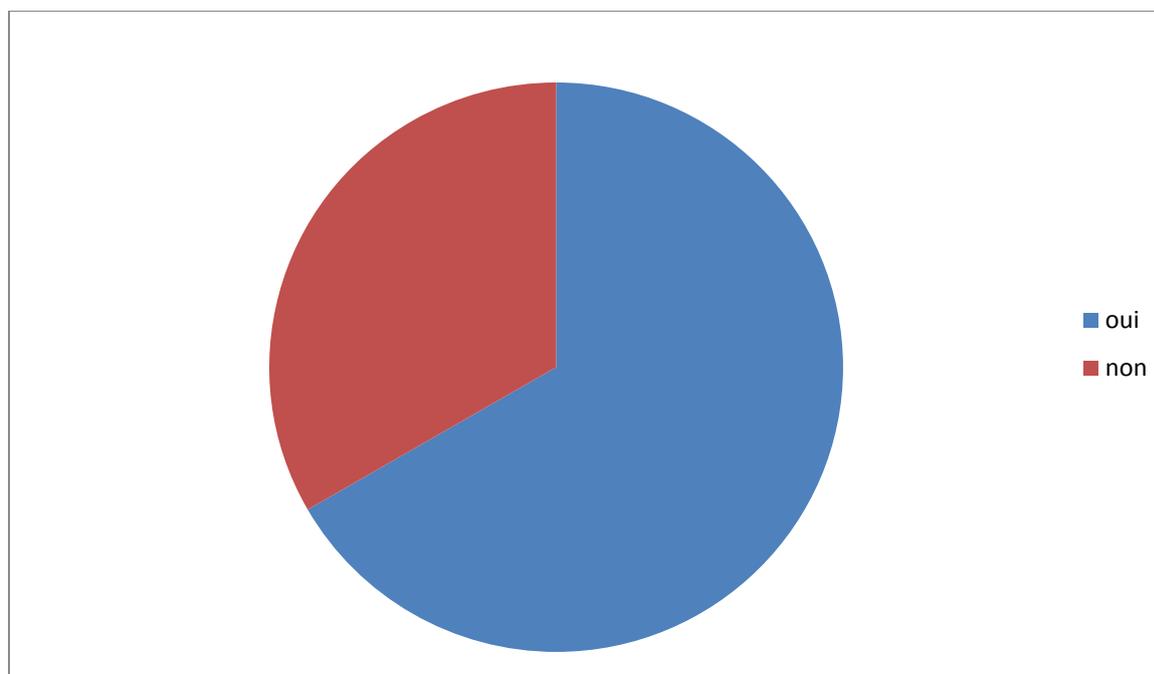


Tableau N° 18 : la répartition de la population d'étude selon la croyance religieuse :

| Croyance religieuse       | Fréquence | Pourcentage |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Musulmane pratiquante     | 10        | 66,66%      |
| Musulmane non pratiquante | 05        | 33,33%      |
| Total                     | 15        | 100%        |

Ce tableau établit une répartition de la population d'étude selon la croyance religieuse ; on remarque que la majorité des femmes sont des musulmanes pratiquantes avec un pourcentage 66,66%, cependant qu'une minorité de la

population d'étude sont des femmes des musulmanes non pratiquantes avec un pourcentage de 33,33%.

Secteur N°7 : répartition de l'échantillon selon la croyance religieuse

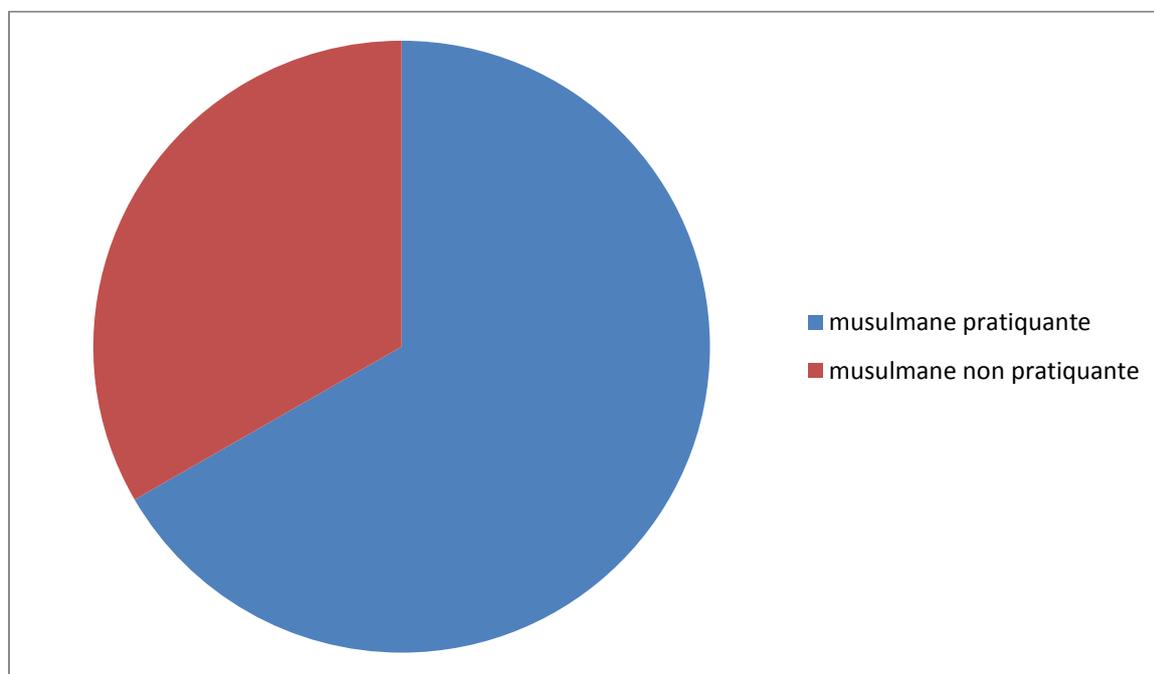


Tableau N°19 : la répartition de la population d'étude selon le niveau d'instruction :

| Niveau d'instruction | Fréquence | Pourcentage |
|----------------------|-----------|-------------|
| Primaire             | 03        | 20%         |
| Moyen                | 05        | 33,33%      |
| Secondaire           | 04        | 26,66%      |
| Supérieur            | 03        | 20%         |
| Total                | 15        | 100%        |

Ce tableau présente la répartition de la population d'étude selon le niveau d'instruction ; on constate que 33,33% des femmes entrepreneurs ont un niveau moyen d'étude (l'ancien système 9<sup>ème</sup> année moyen). Puis, un pourcentage de 26,66% de ces entrepreneurs a un niveau secondaire. Enfin, on trouve que 20%

de la population d'étude ont un niveau primaire, ce même pourcentage (20%) qui été représente les femmes ayant un niveau supérieur.

Secteur N°8 : répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction

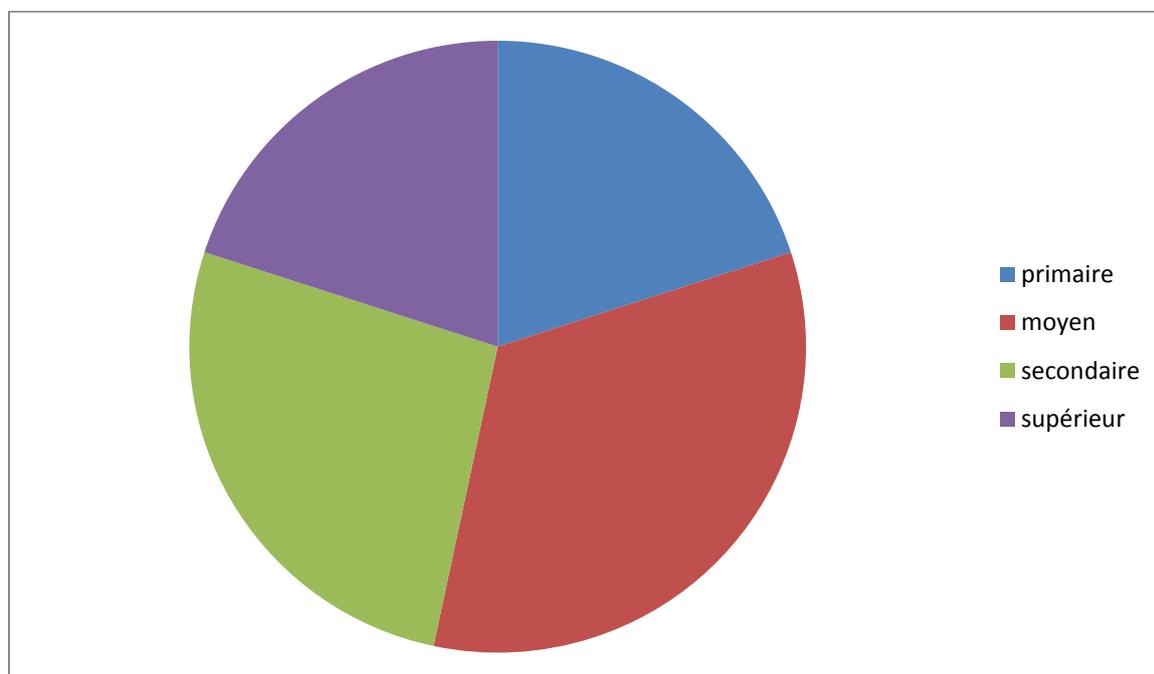


Tableau N°20 : la répartition de la population d'étude selon le bénéfice d'une formation dans le domaine de son activité :

| Exécution d'une formation | Fréquence | Pourcentage |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Oui                       | 13        | 86,66%      |
| Non                       | 02        | 13,33%      |
| Total                     | 15        | 100%        |

Ce tableau éclaire la répartition de la population d'étude selon le bénéfice d'une formation dans le domaine de son activité ; on constate que 86,66% de la population ont effectué une formation dans leurs domaines d'activité, par contre 13,33% n'a ont pas bénéficié.

Secteur N°9 : répartition de l'échantillon selon le bénéfice d'une formation dans le domaine d'activité

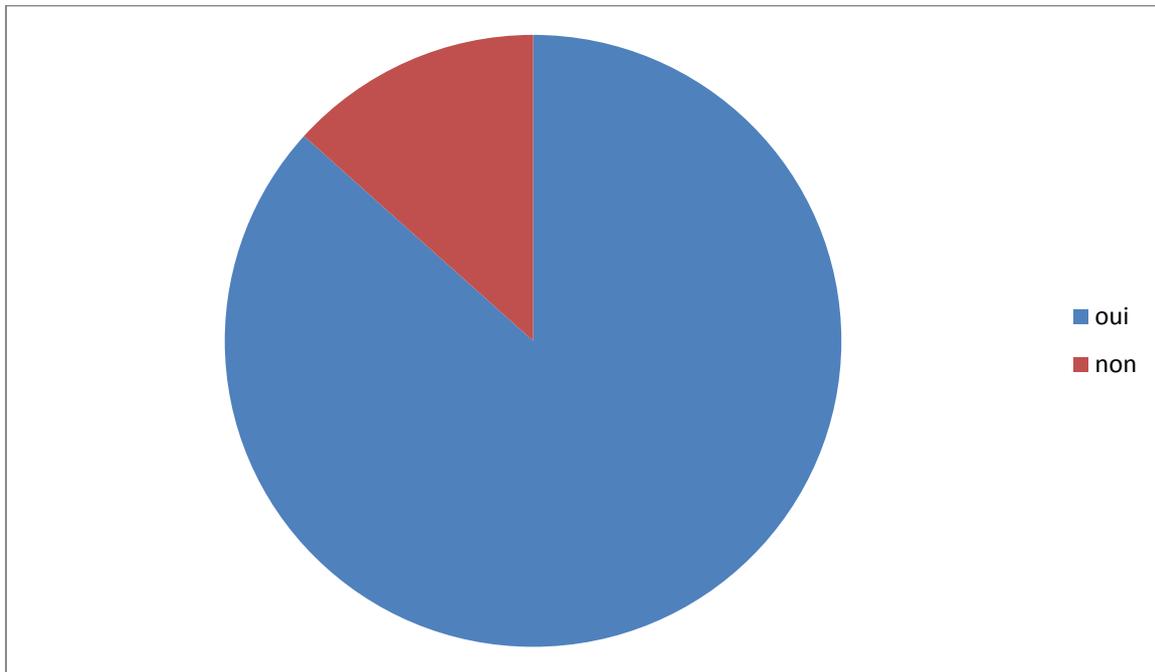


Tableau N°21 : la répartition de la population d'étude selon l'expérience du travail :

| Expérience du travail | Fréquence | Pourcentage |
|-----------------------|-----------|-------------|
| Oui                   | 12        | 80%         |
| Non                   | 03        | 20%         |
| Total                 | 15        | 100%        |

D'après ce tableau on constate que 80% de la population d'étude a travaillé déjà avant la création de son entreprise soit dans le domaine qu'elles exercent maintenant en dans un autre domaine, par contre 20% de cette population n'a pas travaillé.

On remarque que la majorité de ces femmes entrepreneures possèdent une expérience du travail ou un savoir faire avant de lancer son projet.

Secteur N°10 : répartition de l'échantillon selon l'expérience du travail

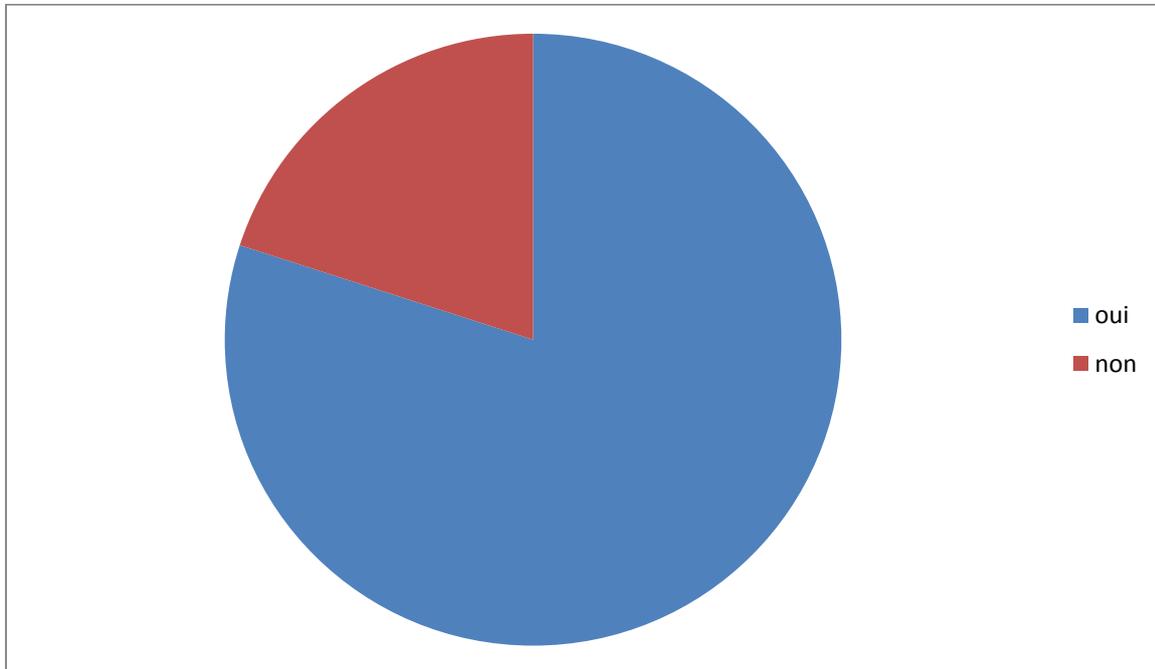


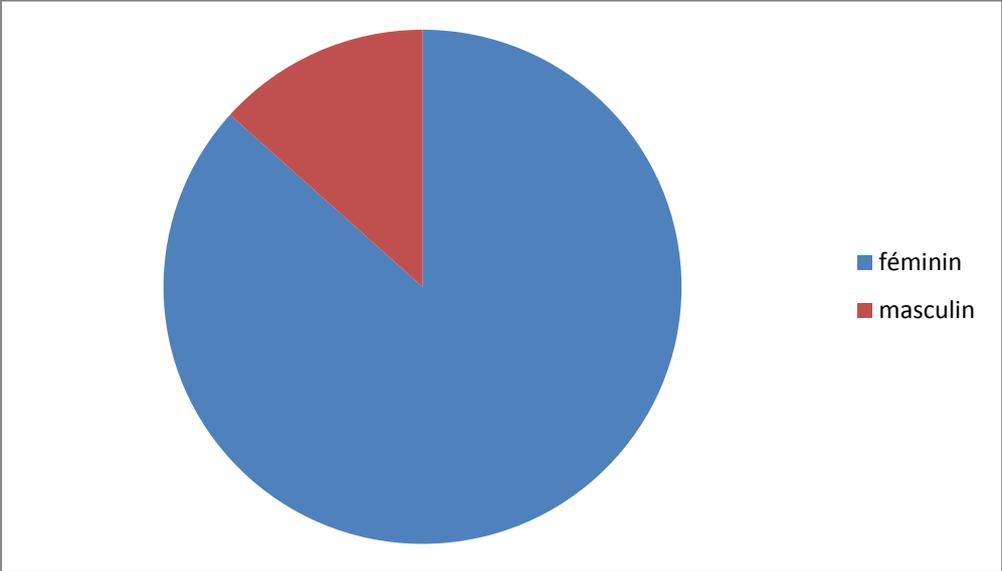
Tableau N°22 : la répartition de la population d'étude selon genre de travail exercé :

| Genre de travail exercé | Fréquence | Pourcentage |
|-------------------------|-----------|-------------|
| Féminin                 | 13        | 86,66%      |
| Masculin                | 02        | 13,33%      |
| Total                   | 15        | 100%        |

Ce tableau montre la répartition de la population selon le genre de travail exercé ; on remarque qu'un taux de 86,66% de la population d'étude exerce des métiers du genre féminin, pendant que 13,33% des femmes entrepreneures travaillent dans des métiers du genre masculin.

Selon les données du tableau, on résume qu'il y a une grande division de travail selon le genre.

Secteur N°11 : répartition de l'échantillon selon le genre du travail exercé



## 5. Synthèse :

À la base des résultats de cette recherche, on a pu ressortir une classification des femmes entrepreneures selon trois critères : selon le niveau d'instruction, l'expérience au travail et le genre d'activité.

Selon le niveau d'instruction :

La plupart ont un niveau d'instruction moyen avec un pourcentage de 33,33%,

Elles ne sont pas diplômées et elles étaient retrouvées dans une situation du chômage. Cette dernière les a poussés à créer leurs propres projets pour développer leurs situations économiques.

Selon l'expérience au travail :

La majorité ont de l'expérience du travail on moins de 2 ans à 10ans avec 80% de femmes, qui les à beaucoup aider à gérer leurs entreprises, elles possèdent des compétences dans différents domaine de travail.

Selon le genre d'activité :

La grande partie de ces femmes travaillent dans des métiers destinés aux femmes ce que nous avons remarqué malgré qu'elles soient sorties du foyer mais elles sont restées dans la sphère féminine.

**Conclusion**

Suite aux résultats obtenus de cette enquête auprès de 15 femmes entrepreneures de la commune d'Akbou, nous avons pu décrire le profil socioculturel des femmes créatrices d'entreprises.

D'abord, la recherche que nous avons menée nous a donné le pouvoir de présenter les caractéristiques démographiques de ces entrepreneures. En grande partie, sont des femmes âgées entre 36 et 46 ans, mariées qui habitent actuellement dans des zones urbaines mais originaires de la campagne.

Ensuite, d'après les données recueillies sur le côté social des ces femmes, on a constaté que la majorité d'entre elles ont pu lancer leurs projets et construire leurs entreprises grâce au capital social qu'elles possèdent. Elles étaient soutenues par leurs familles ou maris par une aide financière ou morale. En général, elles sont des femmes issues des familles qui ont une culture de l'entrepreneuriat. Au même temps, elles sont des femmes rationnelles selon les sens de Raymond Boudon d'où l'origine de leurs idées était un choix personnel et les résultats d'un calcul.

En plus, nous avons ressorti les spécificités culturelles de ces femmes. Nous avons constaté que la plupart sont des musulmanes pratiquantes ayant un niveau d'étude moyen, ont effectuées des formations dans leurs domaines d'activité, et aussi ont d'expérience du travail avant la création de leurs entreprises. Ainsi, le niveau d'instruction supérieur n'a pas été une condition déterminante dans l'orientation vers l'entrepreneuriat. Un grand nombre d'entre elles travaillent dans des domaines tels que la coiffure, la couture et les gâteaux. En conséquence, on a observé que la division sexuelle du travail persiste malgré le changement constaté dans le passage de la sphère domestique vers la sphère professionnelle, en particulier, créer et gérer un projet privé.

À la lumière de ces résultats, et suite aux limites de cette recherche, nous suggérons d'enrichir ce travail avec d'autres études qui s'intéresseraient aux causes déterminantes qui poussent ces femmes à entreprendre tandis que d'autres préfèrent encore travailler dans la fonction publique où chez des entrepreneurs.

# La liste des références bibliographiques

## La liste des références bibliographiques :

### Ouvrages théoriques :

1. Addi Lahouari, les mutations de la société algérienne, éditions La Découverte, Paris, 1999.
2. Assogba Yao, la sociologie de Raymond Boudon, édition L'harmattan, Paris, 1999.
3. Battagliote Françoise, histoire du travail des femmes, édition La découverte et Syros, Paris, 2000.
4. Boufeldja Ghat, Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie, édition Publibook, Paris, 2015.
5. Boutefnouchet Mostafa, Le socialisme dans l'entreprise, éditions En.A.P . Alger, 1978.
6. Chevallier Stéphane, Chauviré Christiane, Dictionnaire Bourdieu, édition Ellipses, Paris, 2010.
7. De Coster Michel, avec collaboration d'Annie Cornet et de Christine Delhaye, Sociologie du travail et gestion des ressources humaines, 3<sup>eme</sup> édition, De Boeck Université, Paris, 1999.
8. Denieui Pierre-Noël I, Madoui Mohamed, entrepreneurs maghrébins, édition Karthala et IRMC, 2008.
9. Elleboode Christian, la division du travail : de l'économie au social, édition Armand Colin, Paris, 2006.
10. Fayolle Alain, entrepreneuriat apprendre à entreprendre, édition DUNOD, Paris, 2004.

11. Foudriat Michel, Sociologie des organisations, Éditions PEARSON Education, France, 2007.
12. Omrane Amina, quels leviers sociaux pour le succès entrepreneurial ?, édition L'Harmattan, Paris, 2014.
13. Schmitt Christophe, regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, édition Presses de l'Université du Québec, Canada, 2008.
14. Segrestin Denis, sociologie de l'entreprise, 2<sup>ème</sup> édition, Armand Colin, Paris, 1996.
15. Thuderoz Christian, sociologie des entreprises, éditions La Découverte, Paris, 1997.

#### Dictionnaires :

1. Boudon Rymond, Besnard Philippe, Cherkaoui Mohamed, Lécuyer Bernard Pierre, dictionnaire de la sociologie, édition Larousse, 2012.
2. Grawitz Madeleine, lexique des sciences sociales, édition Dalloz, Paris, 2004.

#### Ouvrages méthodologiques :

1. Akoun André et Ansart Pierre, dictionnaire de sociologie, le Robert/Seuil, 1999.
2. Aktouf Omar, méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations *une introduction à la démarche classique et critique*, édition Presses de l'Université de Québec, 1987.
3. Grawitz Madeleine, méthode des sciences sociales, 11<sup>ème</sup> édition, Dalloz, Paris, 2001.
4. Maurice Anger, Initiation pratique à méthodologie des sciences humaines, Casbah université, 15, lot Saïd Hamedine-16012-Alger.

#### Revue et articles :

1. Fatima Tahir Metaiche et Abdeslam Bendiabdellah, les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir !, L'Harmattan | « Marché et organisations », 2016/2 n° 26 | pages 219 à 236.

2. Wassila Tabet- Aouel Lachachi, le processus entrepreneurial en Algérie, une adaptation de model du Gartner, les cahiers de CREAD, 2014, N°107-108

Sites web :

1. <http://www.ansej.org.dz>
2. <https://theses.univ-oran1.dz/document/TH3232.pdf> consulté le
3. [https://www.researchgate.net/publication/325253883\\_Les\\_femmes\\_entrepreneures\\_en\\_Algerie\\_Contraintes\\_culturelles\\_et\\_desir\\_d'emancipation/](https://www.researchgate.net/publication/325253883_Les_femmes_entrepreneures_en_Algerie_Contraintes_culturelles_et_desir_d'emancipation/) consulté le 31/05/2019 à 14 :28.
4. <https://droit-finances.commentcamarche.com/faq/26566-entreprise-definition-juridique> consulté le 11/06/2019.à16H035.
5. <https://www.lcl.com/guides-pratiques/creation-entreprise/questions-frequentes/qu-est-ce-qu-une-entreprise.jsp>. Consulté le 11/06/2019 à 16h45.
6. <https://www.espacefrancais.com/la-description/> consulté le 11/06/2019 à 16 :49.

# **Les annexes**

**Université Abderrahmane Mira Bejaia**  
**Faculté des sciences humaines et sociales**  
**Département des sciences sociales**

## **Guide d'entretien**

Dans le cadre de la préparation du diplôme de Master 2 en Sociologie de l'Organisation et du Travail, nous vous remercions d'avoir accepté de participer à cette étude sur le profil socioculturel des femmes entrepreneures de la commune d'Akbou.

Nous vous précisons que vous pouvez vous exprimer librement, détailler vos réponses et nous vous garantissons l'anonymat.

Nous vous remercions pour votre aimable disponibilité à répondre à nos questions.

Présenté par :  
AIT OUALI Louiza  
BOUKIR Saloua

Encadré par :  
M<sup>me</sup>. DALI Kenza

Année universitaire 2018/2019

Annexe N°2

**Guide d'entretien :**

I- Le profil démographique des femmes entrepreneures :

1- Pouvez –vous nous décrire votre situation familiale ?

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

a. Quel âge avez-vous ?

.....

b. Etes-vous mariée ?

.....

2- Pouvez –vous nous décrire votre famille?

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

a. Avez-vous des enfants ?

.....

b. Combien ?

.....

c. Votre famille est-elle nucléaire ou étendue ?

.....  
.....

d. Quel est la taille de la famille avec laquelle vous vivez ?

.....  
.....

e. Quel est le type de votre zone d'habitation actuelle ?

.....

f. Quel est le type de votre zone d'habitation d'origine ?

.....

g. Pouvez-vous nous décrire la situation économique de votre famille avant la création de l'entreprise ?

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

h. Pouvez-vous nous décrire la situation économique de votre famille après la création de l'entreprise ?

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

**II-Le profil social des femmes entrepreneures :**

1. Pouvez-vous nous raconter comment avez-vous eu l'idée de créer votre entreprise ?

.....  
.....

.....  
.....

a. L'idée de créer une entreprise était-elle personnelle ou proposée par quelqu'un d'autre?

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

b. Le passage à l'acte était-il une décision personnelle ou sous la pulsion de quelqu'un d'autre ?

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

c. Les démarches de la création de l'entreprise étaient-elles faites par vous-même ou par une autre personne ?

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

2. Quel était le rôle de votre entourage dans le processus de création de votre entreprise ?

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

a. Des fois, nous pouvons être soutenus par notre environnement et dans d'autres nous pouvant être contrariés. Pouvez-vous nous parler de votre situation en tant que femme entrepreneure ?

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

b. Avez-vous dans votre entourage des entrepreneurs ?

.....

c. Qui sont-ils ?

.....  
.....

### III-Le profil culturel des femmes entrepreneures :

1. Pouvez-vous nous parler de votre croyance religieuse ?

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

a. Quelle est votre appartenance religieuse ?

.....  
.....

b. Quelle place que la religion occupe dans votre vie ?

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

c. Quelle place que la religion occupe dans la vie de votre famille ?

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

2. Pouvez-vous nous décrire votre parcours académique ?

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

a. Pouvez-vous nous parler de votre parcours éducatif depuis le primaire jusqu'à la fin d'étude ?

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

b. Avez-vous bénéficié d'une formation dans le domaine de votre activité ?

.....  
.....

c. Avez-vous bénéficié d'une formation dans l'entrepreneuriat ?

.....  
.....

d. Avez-vous bénéficié de formations complémentaires ?

.....  
.....

e. Pouvez-vous nous décrire le parcours académique de votre famille avec laquelle vous avez-grandit ?

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

f. Pouvez-vous nous décrire le parcours académique de votre famille actuellement ?

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

3. Que faisiez-vous avant la création de votre entreprise ?

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

4. Quel est votre domaine d'activité ?

.....

Annexe N° :3

**La répartition de la population d'étude selon le domaine d'activité :**

| Domaine de l'activité         | Fréquence | Pourcentage |
|-------------------------------|-----------|-------------|
| Auto école                    | 02        | 13,33       |
| Crèche et école<br>maternelle | 02        | 13,33       |
| Gâteaux                       | 03        | 20          |
| Coiffure et esthétiques       | 04        | 26,66       |
| Atelier de couture            | 03        | 20          |
| Salle de sports               | 01        | 6,66        |
| Total                         | 15        | 100         |

## Annexe N°4

**L'importance de la zone d'activité commerciale de Taharacht d'Akbou se déduit du tableau suivant :**

| N°d'ordre | INTITULE DU PROJET                           | TAUX D'AVANCEMENT |
|-----------|--|-------------------|
| 01        | Laiterie                                     | En production     |
| 02        | Unité d'électricité                          | 70%               |
| 03        | Conditionnement de produits textiles         | 50%               |
| 04        | Fabrication de pièces mécanique              | 50%               |
| 05        | Fabrication de chaussettes (SARL Lynx)       | 40%               |
| 06        | Fabrication d'éléments en béton précontraint | En production     |
| 07        | Conditionnement industriel                   | 20%               |
| 08        | Conserverie de tomates                       | 80%               |
| 09        | Confiserie et chocolaterie                   | 75%               |
| 10        | Confiserie                                   | 50%               |
| 11        | Fabrication d'aliment de bétail et couvoir   | 70%               |
| 12        | Agro-alimentaire                             | Non lancé         |
| 13        | Semoulerie                                   | Non lancé         |
| 14        | Entrepôt frigorifique                        | 80%               |
| 15        | Semoulerie (Molino Grani)                    | 70%               |
| 16        | Fabrication de matériel électrique           | 60%               |
| 17        | Semoulerie                                   | 90%               |
| 18        | Fromagerie                                   | 60%               |
| 19        | Unité de fabrication de carrelage granito    | 65%               |
| 20        | Fabrication d'accessoire auto                | 65%               |

|    |   |               |
|----|---|---------------|
| 21 | Fabrication de bandes élastiques                      | 50%           |
| 22 | Fabrication de taules et rideaux                      | 50%           |
| 23 | Fabrication de préformes en P.E.T                     | 35%           |
| 24 | Minoterie semoulerie, pâtes, biscuits, gaufrettes     | En production |
| 25 | Unité de valorisation et de transformation            | 40%           |
| 26 | Semoulerie  | En production |
| 27 | Fabrication margarine (SARL Almag)                    | 45%           |
| 28 | Clouterie   | 60%           |
| 29 | Fabrication emballage toute matière                   | 60%           |
| 30 | Confiserie  | 70%           |
| 31 | Pâtes alimentaires                                    | 65%           |
| 32 | Accessoires auto (SARL Petro Service)                 | Non lancé     |
| 33 | Unité de confection de vêtements et lingerie          | Non lancé     |
| 34 | Fabrication de matière électrique et électroménagère  | 45%           |
| 35 | Minoterie   | Non lancé     |
| 36 | Motel et self service                                 | 10%           |
| 37 | Unité de crèmes glacées                               | Non lancé     |
| 38 | Huile d'olive   | 20%           |
| 39 | Abattoir régional (sarl vallée viande)                | 50%           |
| 40 | Produit longue conservation (sarl laiterie Djurdjura) | En production |
| 41 | Conserverie   | 40%           |

