



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DEPARTEMENT DES SCIENCES SOCIALES

MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sociologie

Option : Sociologie de l'organisation et du travail

**Le rôle de la trajectoire socioprofessionnelle sur la création de
l'entreprise artisanale : étude sociologique auprès des Femmes
pâtisseries de la région de Bejaïa**

Présenté par :

M^{elle} IMLOUL Anissa

M^{elle} MEBARKI Latifa

Encadré par:

M^r HADERBACHE Bachir

Session septembre 2020

Remerciement

D'inépuisables remerciements à Dieu tout puissant de nous avoir épaulé, protégé, et surtout en nous gardant en bonne santé, de nous avoir donné la volonté, le courage, la force et la patience de mener à bout ce modeste travail.

Nos sincères gratitudee à Mr. **HADERBACHE Bachir** de nous avoir encadré tout le long de la réalisation de notre mémoire, de nous avoir guidé dans nos recherches en nous orientant à mieux perfectionner notre approche, et surtout son aide et sa disponibilité si précieuse en nous

Partageant aisément son expérience et son savoir pour qu'on puisse de notre donner le meilleur de nous-mêmes, et être à la hauteur de la qualité de son enseignement,

Nos sincères remerciements vont à tous ceux et celles, qui de près ou de loin, ont permis par leurs conseils la réalisation de ce travail

On tient à remercier l'ensemble des femmes pâtissières avec qui nous nous sommes entretenus pour leur patience, le temps qu'elles nous ont accordés malgré la charge de leur travail, et pour le suivi et l'intérêt qu'elles ont porté à nos travaux.

Enfin, On n'oserait oublier de remercier tout le corps professoral de L'Université Abderrahmane mira, pour le travail qu'il effectue pour nous créer les conditions les plus favorables pour le déroulement de nos études.

Dédicace

J'ai l'honneur et l'immense plaisir de dédier ce modeste travail

*A vous, mon papa et ma maman les plus chers à mes yeux, qui
m'ont*

*Suivie et soutenue durant tout le long de mon cursus scolaire, et qui
Ont fait de moi ce que je suis aujourd'hui.*

Que Dieu vous garde

A mon très cher frère Adel, que dieu le protège

*A ma très chère et adorable petite sœur Amel, à qui je souhaite
que du*

Bonheur et de la réussite durant toute sa vie.

*A la personne la plus proche à mon cœur Amir, qui m'a aidé durant
L'a réalisation de ce travail*

A toute ma famille et mes proches que j'aime trop

*A ma meilleure amie Sarah, ainsi qu'à tous mes amis et
collègues*

Je cite particulièrement mon cher binôme

MEBARKI LATIFA

*A tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation
de ce travail.*

ANISSA

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à mes chers parents, et cela en leur exprimant ma profonde gratitude pour leur encouragement.

A mes très chères sœurs Kahina, Yasmina, Nabila, Rebiha,

Ainsi qu'à mon frère Mansour.

A ma chère cousine Hassina qui m'a vraiment aidé dans la Réalisation de ce travail.

A mes copines Ibtissam, Nora, Nawal,

Sarah A mes cousins, cousines.

*En particulier à mon cher binôme
ANISSA MLOUL*

A toute personne qui a contribué à la réalisation de ce travail de prêt ou de loin

LATIFA

Liste des abréviations :

Abréviation	Signification
ADS	Agence de développement social
ANSEJ	L'agence Nationale de Gestion des Microcrédits
ANGEM	Agence Nationale de Soutien à L'emploi des Jeunes
ANVREDET	Agence nationale de valorisation des résultats de la recherche et du développement technologique
CACI	Chambres Nationales de Commerce et D'industrie
CAP	Croissance autonomie pérennité
CNAC	Caisse Nationale D'assurance Chômage
CREAD	Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement
ETI	Entreprises de taille intermédiaire
FNPAAT	Fond national de promotion des activités artisanales
FOMIN	Fond multilatéral d'investissements
GEM	Global entrepreneurs-hip monitor
INSEE	Institut National de La Statistique et des Etudes Economiques
ONS	Office National des Statistiques
PIB	Produit Intérieur Brut
PIC	Pérennité indépendance croissance
PME	Petite et moyenne entreprise
PMI	Petites et moyennes industries
SEVE	Savoir et Vouloir Entreprendre
TEA	Taux de Prévalence de L'activité Entrepreneuriale
TPE	Très petites entreprises
TS	Technicien Supérieur
USA	United States of America

SOMMAIRE

Introduction

Partie théorique

Chapitre I : cadre méthodologique de la recherche

Préambule

1. Les raisons du choix du thème 14
2. L'objectif de la recherche.....15
3. La problématique 15
4. Les hypothèses.....22
5. Définitions des concepts.....22
6. La méthode et les techniques utilisées.....29

Chapitre II : Généralité sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin

Préambule

1. L'entrepreneuriat et ses paradigmes 32
2. L'entrepreneur et la création des entreprises 35
3. La nouvelle sociologie économique 43
4. L'entrepreneuriat féminin et ses caractéristiques 46

Conclusion

Chapitre III : Trajectoire socioprofessionnelle des femmes entrepreneures

Préambule

1. Les éléments constitutifs de la trajectoire entrepreneuriale (la formation et les expériences antérieures) 53
2. Les motivations de création d'entreprise par les femmes entrepreneures..... 55
3. Les difficultés rencontrées lors de la création d'ateliers par des femmes entrepreneures 58
4. L'entreprise artisanale et ses caractéristiques..... 60
5. Histoire de la pâtisserie moderne et traditionnelle.....63

Conclusion

Chapitre VI : L'entrepreneuriat féminin et la création des entreprises en Algérie

Préambule

1. L'évolution de l'entrepreneuriat féminin et la création des entreprises en Algérie.....69
2. Femmes entrepreneures en Algérie en quelques statistiques.....76
3. Processus de création de l'entreprise artisanale.....70
4. Caractéristiques des entreprises créées par les femmes algériennes83
5. Difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures algériennes..... 84

Conclusion du chapitre

Partie pratique

Chapitre V : Analyse et interprétation des données de la pré-enquête présentation de la pré-enquête

Préambule

1. La pré-enquête.....89
2. Présentation des enquêtées.....90
3. Analyse et interprétation les données de la pré-enquête.....96

Conclusion du chapitre

Conclusion générale

Bibliographie

Introduction

Intrigués par un phénomène social qui n'arrête pas de faire parler de lui, et qui se propage aux quatre coins du monde, qui est nul autre que l'entrepreneuriat. Ce dernier par ses nombreux atouts s'est fait une place dans de multiples secteurs qui favorisent sa vulgarisation, touchant à l'économie, médias, la politique, et même l'éducation, en s'accaparant de la société en lui ouvrant d'autres horizons encore inexploités de réussite et de reconnaissance face aux tumultes du chômage, par sa ferveur de mener à bon port l'imagination et la créativité en quête de nouveauté et de révolution économique ; il a pu changer les règles en matière de prospérité de l'entreprise, un nouveau modèle de travail individualisé qui s'attire les acclamations de la société.

L'entrepreneuriat devient un concept de plus en plus important dans sa synergie avec l'économie à l'échelle mondiale, ce phénomène économique et social ouvre aux jeunes entrepreneurs la possibilité de participer au renouvellement du tissu économique d'un côté, et à la création d'emplois de l'autre. En se lançant dans l'entrepreneuriat, hommes ou femmes soient-ils ; ces derniers s'engagent dans leurs projets en tenant compte des risques qu'ils peuvent rencontrer, en essayant de trouver le juste équilibre entre la notion d'innovation et celle de l'entrepreneuriat pour mieux saisir le mécanisme entrepreneurial.

L'entrepreneuriat est devenu un vecteur d'interaction dans tous les secteurs économiques ; grâce à cette motivation partagée entre homme et femme à parts égales aujourd'hui dans la création d'entreprise, ce développement remarquable dans le monde n'a pas été seulement réalisé par la gente masculine, il faut rajouter aussi que les femmes jouent un rôle important avec leur incorporation dans la création d'entreprise surtout de type « TPE » et dans « l'artisanat ».

De nos jours, la question de la femme entrepreneure est devenue une priorité pour les programmes de développement, qu'ils soient nationaux ou internationaux. Les femmes entrepreneures font l'objet de beaucoup d'attention

et de la part des chercheurs et des médias. Cet intérêt nouveau pour les entrepreneures est le résultat d'une prise de conscience sur le plan mondial de l'importance du rôle des femmes dans la société, de l'importance du potentiel humain qu'elles représentent et qui, pendant longtemps fut négligé.

Les femmes créatrices d'entreprises peuvent être des femmes au foyer, chômeuses, ou diplômées et en bonne situation économique, mais pour elles, le but est tout autre, c'est d'être indépendantes, accédant à des postes supérieurs en tant que cadre, chef d'entreprise en améliorant leur vie sociale de ce fait, on remarque que les femmes par leurs énergies font d'elles une partie importante du potentiel et de ressources humaines incontournables dans l'approche entrepreneuriale, de ce fait elle participent pleinement à l'essor positif que pourrait connaître l'entreprise par les idées qu'elles détiennent, et les compétences qu'elles recèlent.

En Algérie, malgré la montée flagrante de l'entrepreneuriat en général, on essaye de se pencher plus particulièrement sur l'entrepreneuriat féminin qui reste peu abordé et étudié, ce qui engendre un manque inouï d'informations sur ce sujet, c'est pourquoi on essaye d'assembler un puzzle composé de données théoriquement acquises par le biais de notre recherche théorique et aussi des résultats de notre pré enquête.

Les femmes pâtissières de la wilaya de Bejaia qui passent le cap à vouloir devenir femmes entrepreneures, en créant leur entreprise nous a incité à porter un intérêt et à essayer de cerner ce phénomène d'actualité, a fin de cueillir et de rassembler un maximum d'informations sur ce qui motive ces femmes entrepreneures à la création, en tenant compte de leurs parcours socioprofessionnel.

Cette recherche a pour objectif d'analyser la trajectoire socioprofessionnelle des femmes pâtissières entrepreneures dans le contexte particulier de la wilaya

de Bejaia. A ce titre et afin de répondre adéquatement aux objectifs de notre recherche, nous avons structurée notre travail en cinq (5) chapitres :

Nous examinons dans le premier chapitre le cadre méthodologique de la recherche ; qui évoque les raisons de choix du thème, l'objectif de la recherche, et la problématique, la méthode et technique utilisées pour le recueil des informations.

Le deuxième chapitre traite des généralités sur l'entrepreneuriat en général et l'entrepreneuriat féminin en particulier, la place de l'entrepreneuriat dans la sociologie économique, enfin, l'entrepreneuriat féminin et ses caractéristiques.

Le troisième chapitre intitulé la trajectoire socioprofessionnelle des femmes entrepreneurs, porte sur les éléments constitutifs de la trajectoire entrepreneuriale, les motivations et difficultés rencontrées par ces femmes entrepreneures l'hors de la création de leur d'entreprise, histoire de la pâtisserie moderne et traditionnel.

Le quatrième chapitre est focalisé sur l'évolution de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ; en présentant quelques statistiques, et le processus de création de l'entreprise artisanale, les caractéristiques des entreprises créées par les femmes algériennes, ainsi les difficultés qu'elles ont pu rencontrer.

Le cinquième chapitre est consacré à l'analyse et l'interprétation des résultats de notre pré enquête réalisée auprès de quelques femmes pâtissières.

Enfin, la conclusion rappelle le parcours emprunté et propose des pistes de recherche futures.

Partie théorique

Chapitre I :
*Cadre méthodologique de la
recherche*

Préambule

Ce chapitre est consacré à la présentation du cadre méthodologique de la recherche à travers lequel nous développerons les points suivants : Les raisons de choix du thème, l'objectif de la recherche, la problématique, les hypothèses, la définition des concepts clés, la méthode et la technique utilisées, l'analyse thématique, le choix des femmes pâtissières entrepreneurs interrogés enfin les difficultés rencontrées.

1/ Les raisons de choix du thème :

Des raisons objectives et subjectives ont été derrière le choix de notre thème parmi lesquels on cite :

- Inciter à explorer profondément l'approche féminine dans la création des entreprises en Algérie précisément les femmes pâtissières. Cette catégorie de femmes reste peu connue malgré le développement rapide de leur activité. Ceci dit, notre recherche permettra davantage de faire connaître les caractéristiques socioprofessionnelles, les motivations de ces femmes ce qui aidera sûrement les concernés par ce type d'entrepreneuriat de mieux connaître cette catégorie. Il s'agit aussi de faire connaître et faire valoir l'Ascension de fabrication de gâteaux venant des mains de la femme.
- Mettre en valeur la touche artisanale de la femme dans le domaine de fabrication des gâteaux traditionnels.
- Aider les autres femmes à sauter le cap vers une création d'entreprise.
- Etant déjà passionné par ce créneau, on profite d'apprendre et d'acquérir les ficelles du métier et pourquoi pas créer notre entreprise à l'avenir.

2/ L'objectif de la recherche :

- Notre enquête a pour but, de décrire les profils des femmes entrepreneures pâtisseries de Bejaia, et décrire les éléments qui constituent la trajectoire et leurs impacts sur le déclenchement du processus de création d'entreprise.

3/ La problématique :

Depuis quelques années, le sujet de l'entrepreneuriat féminin se propage et se transforme davantage comme un intérêt d'ordre public qu'il soit national ou international, aujourd'hui l'entrepreneuriat féminin apparaît comme un levier économique et social durable et rentable pour l'ensemble de la population algérienne.

En effet, l'entrepreneuriat féminin s'avère être vital pour le dynamisme de l'économie algérienne. Ce type particulier d'entreprise permet de générer de la valeur ajoutée, susciter la créativité, inciter à l'innovation et surtout créer de l'emploi. En outre, même si pour certains chercheurs la nature et la structure de l'entrepreneuriat féminin change d'un pays à un autre et d'une femme à une autre, il n'en demeure pas moins qu'il existe une forte corrélation entre l'entrepreneuriat féminin et le développement économique du pays ; cet entrepreneuriat devrait améliorer la croissance économique. Pour cela, les pouvoirs publics algériens ont intensifié des actions et ont pris des mesures en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin. (BESSOUH N, 2016, p16)

Les femmes entrepreneures d'aujourd'hui sont motivées par la volonté d'indépendance et une certaine ambition qui sous-entend le désir de développement, elles peuvent saisir des opportunités en dehors de leur domaine

d'expérience dont elles considèrent que la création d'activité est une voie pour atteindre des succès économiques, et personnels face au rôle classique de la femme. (AKRIKPAN KOKOU DOKOU. G & RAYALEH. A. M, 2016, p42)

En Algérie, malgré les contraintes socioculturelles qui déterminent la marginalisation de la femme, l'entrepreneuriat féminin est un phénomène récent, et les jeunes femmes sont de plus en plus nombreuses à s'orienter vers des professions libérales. Pour la femme entrepreneure algérienne, être entrepreneure, c'est d'être un exemple de courage et de résistance dans un contexte socioculturel qui freine, elle doit non seulement être assez forte pour faire face à son contexte, mais aussi avoir un accompagnement adéquat.

Bien que, l'entrepreneuriat féminin en Algérie est une révolution, contre certaines résistances sans valeurs qui font de la femme un être incapable d'entretenir un projet de travail individuel, ou d'aborder le domaine des affaires économiques souvent réservé à l'homme, Aujourd'hui, les femmes algériennes se sont ouvertes sur l'entrepreneuriat, pour relever le défi, face aux attitudes traditionnelles et contraintes environnementales. De ce fait, l'entrepreneuriat féminin s'inscrit dans la lutte des femmes pour l'obtention de leurs libertés et leurs dignités contre la culture de marginalisation. (BOUFELDJA. G, 2018, p02)

Depuis l'aube de l'histoire, l'artisanat existe parmi les peuples et constitue une large part de leur humanité. Au centre de toutes les civilisations et de toutes les traditions, il y'a des artisans.

Dans cette situation de création, la femme commence à s'imposer dans différents secteurs d'activités, à savoir l'industrie, les services et beaucoup plus dans l'artisanat. Ce dernier regorge de multiples possibilités de création et de la réalisation et d'aboutissement sur le terrain, d'idée innovante qui fait que la femme bougiotte se démarque par sa soif d'accomplissement et de reconnaissance dans un secteur qui, grâce à elles, est en constante évolution.

A cet effet, le phénomène de l'entrepreneuriat féminin devient un sujet de recherche, de plus en plus convoité par les chercheurs universitaires dans le monde entier, et malgré sa plus grande popularité, la majorité des études ont été effectuées dans des pays développés, plusieurs chercheurs se sont intéressés à l'entrepreneuriat féminin, faisant des distinctions entre hommes et femmes, sur le plan des motivations, du mode de gestion, de la performance de l'entreprise, des besoins de formation, de l'accès aux financements, de la conciliation travail-famille, et enfin de la participation aux réseaux d'affaires.

Les recherches déjà menées sur l'entrepreneuriat féminin portaient principalement sur les caractéristiques des femmes entrepreneures, en les comparant avec celles des hommes et les motivations des femmes entrepreneures.

Ces recherches se sont essentiellement portés sur des femmes ayant effectivement créé leur entreprise et ont tenté de mettre en évidence les raisons des différences de réussite sur le plan entrepreneurial, selon le genre. Selon le rapport du Groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin au Canada en 1997, est définie comme femme entrepreneure « la femme qui seule ou en équipe crée et gère en dehors de son ménage une entreprise ». (TAHIR METAICHE. F, 2014, p4)

Autrement dit, il s'agit d'une femme venant d'une situation d'inactivité, de chômage qui crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à cet investissement.

En outre, les études internationales du Global Entrepreneurs-hip Monitor (GEM) ont montré la corrélation entre le taux d'activité entrepreneuriale féminine et la croissance économique. Aussi, les pouvoirs publics de nombreux pays inscrivent désormais l'entrepreneuriat féminin dans leur agenda de politique économique. (CHABAUD. D, LEBEGUE. T, 2013, p44).

Les chercheurs internationaux ont étudié les motivations de ces femmes, leurs caractéristiques personnelles, leur relation avec l'environnement, les modes de gestion de leurs entreprises, les difficultés qui leur sont particulières... etc. Cette littérature produite sur la problématique des femmes entrepreneurs a révélé que ces femmes qui créent de nouveaux créneaux pour l'entrepreneuriat, font souvent face à des barrières spécifiques au cours de la création et du développement de leur entreprise. Les obstacles auxquels elles sont confrontées tiennent à leur niveau d'instruction, à la difficulté de concilier exigences professionnelles et responsabilités familiales, à leur accès limité au financement, et à l'accès à une formation spécifique...etc. (CARRIER et Al, 2006, p40)

Les recherches universitaires faites en Algérie nous permettent de découvrir certaines connaissances sur le sujet de la femme entrepreneure algérienne mais peu d'entre elles portent sur l'entrepreneuriat artisanal féminin, Cette rareté des études constatée par GILLET Anne, accentue, en outre, la nécessité, mais également la prudence à adopter une définition pertinente de la femme entrepreneure dans un contexte national pour conduire une véritable recherche sur le thème dans la mesure où le sujet reste à exploiter. Ajoutant que le phénomène des entreprises dirigées par des femmes reste encore mal cerné en Algérie. Ce constat a été confirmé par GILLET Anne qui, dans une interrogation, met en relief les particularités de ce groupe d'être « minoritaire et parfois privilégié ». Ses enquêtes l'amène à conclure que ces particularités sont « des apports novateurs au développement de la PME ». Le même auteur réaffirme, Malheureusement, qu'aucune recherche à sa connaissance n'existe aujourd'hui sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie. (GILLET. A, 2007, p22)

Dans le Maghreb, précisément en Algérie, le domaine de confection de gâteaux traditionnels est sans équivoque mieux apprivoisé par les femmes, contrairement aux hommes malgré leur présence dans le métier. Ce dernier n'exige pas de grandes études, mais un savoir-faire ancestral qui émerge dans la

modernité de nos jours, en se démarquant par son coté traditionnel vis à vis d'autres pays occidentaux.

La pâtisserie est devenue une profession exercée par un nombre assez important de femmes en territoire national et précisément à la wilaya de Bejaia les femmes pâtissières se montrent de plus en plus intéressées par la création de leur atelier.

Par ce biais, on a une facilité à mieux cerner la femme pâtissière qui, par la personnalisation à sa guise des gâteaux traditionnels, son imagination qui prend forme et vie dans ses créations au sein de son atelier de travail dédié aux gâteaux traditionnels/moderne, est une femme tenace qui baignait dans la pâtisserie depuis son plus jeune âge, en perpétuant un patrimoine familial transmit de génération à une autre, plus qu'un travail, une identité enracinée en elle. Aussi, tenant compte des difficultés rencontrées en chemin pour faire face à une forte affluence du marché occidental, elle arrive à garder le cap, pour rassasier sa famille.

Dans la wilaya de Bejaia, on remarque qu'un certain nombre de femmes bougiottes ont pu se démarquer en se constituant un créneau incontournable, celui de la pâtisserie traditionnelle. Etant dans un statut de femmes au foyer, elles ont pu intégrer le cercle fermé de l'économie, en s'appropriant le métier de pâtissières pour un but lucratif. La pâtisserie et la pratique des gâteaux traditionnels est devenue une profession exercée par un nombre assez important de femmes en territoire national, les femmes pâtissières se démontrent de plus en plus par la création de leur atelier.

Malgré un contexte de changement profond des habitudes de consommation des Bejaouis, la pâtisserie traditionnelle résiste, commerce du quotidien par excellence, la pâtisserie qu'elle soit petite ou grande, reste un passage quotidien incontournable.

La femme pâtissière doit élargir son offre pour répondre à l'appétit de nouveauté de ses clients, donc, la pâtisserie reste un marché à fort potentiel économique pour la région de Bejaia pour la création de nouveaux emplois pour les ménages officiellement, et pour les femmes officieusement.

Aussi, ces femmes pâtissières malgré leur minorité dans la wilaya de Bejaia, ont pu se frayer un chemin vers l'entrepreneuriat, en faisant de leur profession qui était au départ une passion, un gagne-pain, devenu un moyen redoutable munis de leur volonté et leur courage destinés à fructifier leur métier, et du coup élargir leur champ de vision pour passer de « local » a « entreprise ».

Ainsi en marquant leur présence, et apportant leur touche dans le domaine pâtissier avec leur savoir-faire et les qualifications nécessaires, ont changés les règles en s'affirmant dans un cadre ou elles ne sont plus soumises aux conditions détenues par la gente masculine, et qu'elles ouvrent la possibilité à d'autre femmes le courage et la faisabilité même n'ayant pas fait d'études, de viser l'entrepreneuriat, et que ce dernier ne réussit pas qu'aux hommes.

Le déficit et le manque des données officielles et l'indisponibilité des recherches et études universitaires de fin de cycle sur les femmes entrepreneures pâtissières ou bien inscrites dans le secteur d'artisanat et auquel la pâtisserie fait partie, nous a motivé à prendre en compte un tel vide et de mener une étude qualitative sur la trajectoire socioprofessionnelle, les motivations de création et les expériences professionnelles des femmes pâtissières entrepreneures de wilaya de Bejaïa.

La création d'entreprises dans beaucoup de cas est liée à plusieurs facteurs : à un passé professionnel ; cela signifie que les connaissances antérieures d'une technique ou d'un secteur d'activité a une influence importante sur l'activité entrepreneuriale, l'environnement familial jouit aussi d'une grande efficacité, car, en général les femmes issues d'une famille d'entrepreneur sont plus

disposées à entreprendre, sans oublier le facteur de l'éducation et le niveau de formation ; le système éducatif apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions et à créer des entreprises solides.

Notre objectif consiste donc à pouvoir répondre aux questions suivantes :

- ❖ Quels sont les éléments qui constituent la trajectoire socioprofessionnelle de ces femmes créatrices d'atelier de fabrication de gâteaux ?
- ❖ Quel genre d'obstacles traversent ces femmes créatrices durant l'exercice de leurs activités fabrication de gâteaux ?

4/ Les hypothèses :

Pour répondre aux questions posées dans la problématique nous suggérerons les hypothèses suivantes :

- **Première hypothèse :**

Les formations poursuivies dans le domaine de la pâtisserie et les expériences vécus de certaines femmes ont contribué au lancement du processus de création d'atelier de fabrication de gâteaux.

- **Deuxième hypothèse :**

Les femmes entrepreneures pâtissières éprouvent des difficultés liées à la gestion d'atelier.

5/ Définition des concepts :

Pour mieux cerner la trajectoire socioprofessionnelle des femmes pâtissières de la wilaya de Bejaia, leurs motivations de création, et leurs obstacles, nous devons commencer par la définition des concepts que contiennent les hypothèses émises et ceux qui sont relatifs à cette dernière à savoir : femme entrepreneure, femme pâtissière, trajectoire, formation, expérience professionnelle, création d'entreprise, difficultés de gestion d'atelier, PME.

5.1/ Femme entrepreneure

La femme entrepreneure a connu plusieurs définitions :

Une femme entrepreneur se définit comme « une personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariat dépendant d'un employeur, créé une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée ». (ARASTI. Z, 2006, p4)

D'autres spécialistes (BELCOURT et al. 1991) décrivent la femme entrepreneure, comme : « cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise ». (TAHIR METAICHE. F, BENDIABDELLAH. A, 2016, p223)

De son côté, Lavoie (1988), la femme entrepreneure c'est : « la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante ». (CONSTANTINIDIS. C, 2014, p288)

D'après ces définitions, on peut dire que la femme entrepreneure, est définie comme une personne physique qui cherche l'épanouissement et son autonomie. Cette femme entrepreneure qui décide de sortir de sa situation d'inactivité vers le monde de l'entrepreneuriat, en créant sa propre entreprise ou la reprise d'un patrimoine familial, en le perpétuant tout en assumant les responsabilités de gestion, et de finance envisageable.

5.2/ Femme pâtissière

D'après notre pré-enquête, les femmes pâtissières sont des femmes âgées entre 25 et 45ans, mariées ou célibataires, ayant des enfants à charge ou pas, avec un certain niveau d'instruction, ayant des diplômes obtenus par le biais de formations

qui sont en rapport avec leur domaine de prédilection qui est la pâtisserie.

Elles ont créé des ateliers de fabrication de gâteaux (traditionnels et/ou moderne). Ces femmes ont tendance à préparer des gâteaux traditionnels encore plus présentables et raffinés, c'est-à-dire, en apportant plus d'esthétique, et perfection à leurs produits.

A cet effet, le terme **pâtisserie** désigne à la fois certaines préparations culinaires sucrées à base de pâte cuite, l'ensemble des opérations pour leur confection, la boutique où se vendent ces préparations faites par une pâtissière ou par l'industrie agroalimentaire, ainsi que cette même industrie de transformation et de commercialisation de ces produits : gâteaux et tartes notamment. (Wikipédia, consulté 14/03/2020). Cela veut dire qu'on va mettre le point sur deux types de confection de gâteaux, la façon manuelle préparé par la pâtissière elle-même, et de l'autre, la manière industrielle (machines).

Pour notre recherche, la pâtisserie de la femme algérienne, dispose d'une touche personnalisée visant à confectionner les gâteaux traditionnels qui relatent le savoir-faire acquis d'une génération à une autre, en donnant des exemples sur quelques gâteaux traditionnels incontournables : le makroud « gâteaux en forme de losange », le caak « de forme arrondie », le charek « en forme d'un arc », etc.

5.3/ Trajectoire

Le terme trajectoire convient à l'approche sociologique qui est la nôtre, à savoir prendre en compte à la fois les déterminismes historiques et socioéconomiques qui pèsent sur la biographie des individus (impulsion et force de gravité) et les accidents que ceux-ci rencontrent ou les opportunités qu'ils saisissent. Le terme parcours pourra être utilisé comme synonyme de trajectoire, on y aura surtout recours pour qualifier les trajectoires des enquêtés, on parlera de « parcours carrière » par exemple ; le terme séquences désignera une suite chronologique de positions codifiées. (LEVENE. T& BROS. F, 2011, p90)

Dans le cas du travail entrepreneurial, la trajectoire professionnelle veut dire l'ensemble des formations poursuivies avant la création, et aussi l'ensemble des expériences professionnelles, notamment le nombre d'années exercées, le nombre de postes occupées et d'entreprises dans lesquelles l'entrepreneur à exercé. L'importance de ces formations et expériences consiste en leur influence et impact dans le déclenchement du processus de création et aussi dans la gestion de l'entreprise.

Dans notre recherche, nous appelons la trajectoire le parcours socioprofessionnel des femmes pâtissières entrepreneures qui précède le lancement d'un projet, tout en regroupant leur niveau d'instruction, les formations qu'elles ont suivies avant la réalisation de leurs projets, et les expériences acquises durant cette période.

5.4/ Formation

Les femmes pâtissières avant la création de leurs entreprises doivent avoir des qualifications, c'est-à-dire, des formations qui renvoient précisément à l'ensemble de diplômes, attestations obtenues d'après des cycles« durées »spécifiques visant le diplôme souhaité, en s'appuyant sur notre recherche les femmes pâtissières ont suivies différentes formations telles que : un certificat d'aptitude obtenu après une durée de 6mois, spécialité gâteaux orientaux ; un brevet obtenu après une durée de 18 à 24 mois, spécialité confondue orientale et moderne ; un diplôme de T.S obtenu après une durée de 36 mois avec un titre de maîtrise de toutes spécialités confondues traditionnelle, orientale, moderne auprès d'un institut privé de renommé.

Donc, d'après toutes ces formations et diplômes obtenus ont permis à ces femmes pâtissières d'intégrer le monde de travail, et par cela, le monde de l'entrepreneuriat, chacune avec son niveau qui détermine clairement sa performance.

5.6/ Expérience professionnelle

L'expérience professionnelle il s'agit de l'histoire professionnelle et expérience identitaire que les personnes racontent à leur sujet. Elle comprend l'ensemble des faits et des péripéties de leur cheminement propre (du vécu, des expériences, de parcours d'emplois... etc.). La notion de « trajectoire professionnelle » s'affranchit d'un cadre institutionnel de référence. L'expérience acquise dans le passé s'estime sur une durée, elle résulte des situations au travail qui peuvent s'être tenues dans des successions d'institutions, et non dans une seule particulièrement. Le champ de référence n'est plus réduit aux limites de l'entreprise, mais à la vie professionnelle et sociale. (Moreau. R, 2004, p236). Nous pouvons comprendre selon cette définition que, les expériences passées et l'avenir désiré d'un futur entrepreneur, sont des critères qui développent une identité entrepreneuriale.

L'expérience professionnelle de nos femmes pâtissières fait référence à un ensemble d'activités réalisées ou vécues par ces femmes avant la création, le nombre d'années exercées dans une activité professionnelle antérieure, ainsi que les connaissances acquises par la formation initiale. Ces expériences individuelles sont généralement la source d'idée du projet d'entreprise et un critère important pour l'identification d'opportunités entrepreneuriales.

5.7/ Création d'entreprise

La notion de création d'entreprise est celle définie par l'Insee au sein du répertoire national des entreprises et des établissements (SIRENE), harmonisé au niveau européen pour faciliter les comparaisons : une création d'entreprise correspond à la mise en œuvre de nouveaux moyens de production. (BERNARD. C, LE MOIGN. C et NICOLAI. J. P, 2013, p15)

Donc, on peut dire que la création d'entreprise : Correspond à un processus composé par un ensemble d'étapes qu'une personne doit suivre pour réaliser son projet imaginaire, « avoir une entreprise ».

Dans notre cas, les principales démarches pour ouvrir son propre atelier de fabrication de gâteaux et de pâtisserie : il faut d'abord avoir un budget à prendre en compte pour l'ouverture et la gestion d'une pâtisserie, avoir au minimum une formation initiale de pâtisserie et aussi une expérience qui peut augmenter les chances de succès, chercher un local, faire de la publicité pour se faire connaître, et enfin, procéder à l'ouverture.

5.8/ PME

La PME est défini comme l'acronyme de petites et moyennes entreprises, qui se définissent en fonction du nombre de salariés, du bilan ou du chiffre d'affaires. Le principal critère utilisé est celui du nombre de salariés. On considère que les PME sont les entreprises comprenant entre 20 et 249 salariés. En dessous de 20 salariés, on parlera de TPE (très petites entreprises). Au-delà de 249 salariés et jusqu'à 4999, on parlera d'ETI : entreprises de taille intermédiaire. (Site : droit-finances.com, consulté le 15/03/2020)

La PME quel que soit son statut juridique comme étant une entreprise défini par trois critères importants : le nombre de salaire inférieur à 250, un plafond de chiffre d'affaire inférieur à 2 milliards de dinars, un critère d'indépendance. Une entreprise de production de biens et/ ou de services. (MOREAU. R, 2004, p81)

D'après ces définitions, nous pouvons dire que la PME varie d'une entreprise à une autre puisqu'on compte les très petites et les moyennes entreprises, et qu'on tient compte généralement de la valeur du chiffre d'affaire et de la valeur du nombre d'effectifs.

5.9/ Gestion de l'atelier

D'après notre enquête, les femmes propriétaires d'atelier de fabrication de gâteaux assurent l'encadrement du personnel, la conduite de l'atelier et aussi veillent à son bon déroulement du côté financier, service à la clientèle et administratif.

5.10/ Motivation

La motivation est l'ensemble des facteurs déterminant l'action et le comportement d'un individu pour atteindre un objectif ou réaliser une activité. (Dictionnaire en ligne : Jobintree.com, 2008)

Et dans le cas des motivations de création d'atelier de fabrication de gâteaux est que notre enquête exploratoire révèle que les motivations des femmes propriétaires d'atelier de gâteaux sont traduites par une autonomie et une survie financière ; créer son propre atelier de gâteaux est un moyen qui permet à ces femmes d'avoir une meilleure qualité de vie, créer son atelier est aussi un moyen de sortir du chômage.

5.11/ Difficulté de gestion de l'atelier

D'après notre enquête le mot « difficulté » rencontrée par les femmes pâtissières, sous-entend les imprévus, obstacles et complications que peuvent rencontrer ces dernières dans l'accomplissement de leur travail et dans la gestion de leur atelier.

6/ Méthodes et techniques utilisées

6.1/ La méthode utilisée :

Afin d'étudier la trajectoire socioprofessionnelle des femmes pâtisseries entrepreneures, on va opter pour la démarche qualitative, et cela par rapport à la nature de notre thème qui nécessitera une étude approfondie, ainsi l'absence d'études antérieures sur les femmes pâtisseries entrepreneures algériennes. Ceci dit cette méthode nous permettra de décrire le processus de création d'ateliers de fabrication de gâteaux, de retracer les trajectoires socioprofessionnelles de ces femmes ainsi de comprendre les motivations de création.

6.2/ La technique utilisée :

Le choix de la technique dépendrait aussi de la méthode choisie et des objectifs de la recherche, ainsi pour avoir des informations fiables qui nous permettront de comprendre l'impact de la trajectoire sur le déclenchement du processus de création de l'atelier, nous opterons pour la technique de l'entretien semi-directif, qui nous obligera à être en contact direct avec les enquêtées. Ainsi on aborderait avec nos enquêtées les thèmes principaux suivants : les caractéristiques personnelles, la trajectoire socioprofessionnelle, les difficultés qui les entravent lors de la création de leur entreprise, les motivations et la conciliation entre vie privée et vie professionnelle.

Donc notre guide d'entretien contiendra des questions ouvertes qui permettraient aux enquêtés de s'exprimer librement afin que nous puissions réunir des informations et de privilégier la richesse et la diversité des réponses.

6.3/ La présentation du guide d'entretien

Notre guide d'entretien a été élaboré pour collecter les informations sur le terrain, il contient une série de questions que nous avons réparties en quatre axes :

- Le premier axe : consacré aux données personnelles des femmes pâtissières comme l'âge, la situation matrimoniale, le niveau d'instruction.
- Le deuxième axe : consacré aux coordonnées de l'entreprise.
- Le troisième axe : consacré à la trajectoire socioprofessionnelle des femmes pâtissières entrepreneures.
- Le quatrième axe : consacré aux différents problèmes traversent les femmes pâtissières durant l'exercice de leurs activités.

Chapitre II :

Généralités sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin

Préambule

A travers ce chapitre, nous allons essayer d'évoquer quelques éléments théoriques touchant à l'entrepreneuriat et ses différents paradigmes, l'entrepreneur et la création des entreprises, dont nous allons aborder les types d'entrepreneurs et différentes étapes de création d'une entreprise, ensuite, nous allons, sur la même foulée montrer l'apport de l'entrepreneuriat envers la sociologie économique.

1/ L'entrepreneuriat et ses paradigmes

1.1/ l'entrepreneuriat :

Le début de ce troisième millénaire est marqué par le renouveau de l'esprit d'entreprendre et du comportement entrepreneurial, lesquels affectent tous les pays et tous les domaines de la vie économique et sociale : les créations et les reprises d'entreprises, les entreprises existantes, les associations et même le service public. Cet intérêt marqué pour l'entrepreneuriat concerne également tous les publics, jeunes, seniors, femmes, cadres en activité, demandeurs d'emploi, fonctionnaires. Pendant de nombreuses années on a pensé que l'esprit et la capacité d'entreprendre relevaient principalement, voire exclusivement, du goût du risque et de traits de personnalité particuliers, comme le besoin d'indépendance ou d'accomplissement. Depuis le début des années 1980, cette vision d'un entrepreneur inné est remise en question. Entreprendre aujourd'hui, c'est aussi et surtout une discipline, dont les règles et les principes peuvent s'apprendre et être systématiquement appliqués. (FAYOLLE. A, 2017, p10)

L'entrepreneuriat peut être défini comme : « l'ensemble des actions visant à créer de la richesse et l'emploi par la création d'une entreprise. Les travaux de recherches réalisées dans cette discipline, ont proposé plusieurs définitions, mais aucune d'entre elles n'a fait objet de consensus général. L'économiste autrichien Joseph Schumpeter (1950) définit l'entrepreneur comme une personne qui veut

et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie. L'entrepreneuriat conduit à une « destruction créatrice » dans les marchés et les secteurs de l'économie parce que de nouveaux produits et modèles économiques arrivent et remplacent les anciens. Ainsi, la destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme. (VERSTRAET. T, 2000, p12)

L'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation, l'un se définit par rapport à l'autre et vice versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation. Ainsi l'entrepreneur : agit, structure et engage son environnement à des fins socioéconomiques. Son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant ». (T. VERSTRAET. T, 2000, p12)

1.2/ Les paradigmes de l'entrepreneuriat:

L'Entrepreneuriat en tant que discipline est traversé par différents courants ou différents paradigmes, Verstraet et Fayolle (2005) résument les différentes approches à travers une revue de la littérature qui fait apparaître quatre paradigmes permettant de cerner le domaine de l'entrepreneuriat :

- Paradigme de l'opportunité d'affaires : Par opportunité d'affaire, nous entendons tout aussi bien une opportunité de création d'entreprise c'est la détection, construction et exploitation d'une opportunité qui constitue l'acte entrepreneurial. L'opportunité d'affaire est construite à partir d'une idée initiale qui va être confrontée à un environnement, a des besoins, à des comportements, et à des possibilités. Cette idée de départ, en toute logique, n'est pas forcément celle sur laquelle sera fondée l'opportunité. Il faut voir l'idée initiale comme un matériau déformable qui peut prendre une infinité de formes. Il faut voir l'idée initiale comme un matériau déformable qui peut prendre une infinité de formes.

parmi ces formes, quelques-unes peuvent s'avérer être de bonnes opportunités pour l'individu. (FAYOLLE. A, 2004, p91)

- Paradigme de la création d'une organisation : Selon ce paradigme, l'entrepreneuriat concerne le phénomène « d'émergence organisationnelle », un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tels que l'expérience, les images ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle. L'une des premières conceptions du paradigme de la création d'une organisation réduisait l'acte de création à une phase du cycle de vie, d'une entité, ou d'une dynamique organisationnelle. Dans les conceptions modernes, la création d'une organisation n'est pas synonyme de la création d'une entreprise au sens restrictif du terme. En effet, le terme organisation concerne l'action d'organiser, le résultat de celle-ci et les modes d'agencement des formes organisées nées de l'action. (VERSTRAETE. T& FAYOLLE. A, 2005, p37)

- Paradigme de la création de valeur : L'entrepreneuriat est un processus dynamique de création de valeur nouvelle (sans obligatoirement apporter une innovation). L'entrepreneuriat est souvent considéré comme apporteur de richesse et d'emploi pour la nation, disons globalement de valeur. La création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner (1990). La valeur résultant d'un processus entrepreneurial est nouvelle en ce sens qu'il y a, ou qu'il y aura, un changement plus ou moins intense dans l'environnement directement concerné par le processus correspondant. (VERSTRAETE. T& FAYOLLE. A, 2005, p39)

- Paradigme de l'innovation: Selon ce paradigme le fondement de l'entrepreneuriat est l'innovation. L'innovation est un concept relativement ancien formalisé pour la première fois par Schumpeter. Il n'y a pas d'entrepreneuriat sans innovation, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens et services, ou encore, pour réorganiser l'entreprise. L'innovation, c'est créer une entreprise différente

de ce qu'on connaît auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre. (PIERRE-André. J et MRCHESNAY. M, 1996, p35)

2/ L'entrepreneur et la création des entreprises

2.1/ L'entrepreneur:

L'entrepreneur est reconnu comme tel lorsqu'il crée ou reprend une entreprise à partir d'une idée. En tirant partie des ressources disponibles dans son milieu, l'innovation lui permet de saisir une opportunité sur le marché, il passe ainsi de l'état d'entrepreneur potentiel à celui d'entrepreneur qui passe à l'action. L'entrepreneur doit passer diverses étapes, du pré démarrage au démarrage et à la consolidation, avant de se dire qu'il a réussi. De plus, il faut réunir plusieurs conditions pour que l'entrepreneur le demeure, plutôt que de se transformer en un simple dirigeant ou manager d'entreprise, lorsque l'innovation se termine. (PIERRE. J et MARCHESNAY. M, 1996, p63)

L'entrepreneur est au cœur du phénomène entrepreneurial, et sa volonté d'entreprendre repose sur l'envie d'imaginer, réaliser et développer un projet en disposant d'une marge de manœuvre maximum pour mettre en œuvre sa « vision du monde » dans le système de valeurs qui est le sien. Le désir premier est donc d'imprimer le projet de sa marque afin qu'il se reconnaisse à travers l'entreprise née de son imagination, l'appropriation symbolique du projet est alors possible, le porteur trouve un sens à ses actions et pourra s'engager passionnément dans la réalisation quotidienne de son « œuvre ». (DANY. F, 2002, p11)

Une partie du comportement entrepreneurial d'un individu se joue dans sa capacité à résoudre le dilemme prise de risque, réduction de la tension, risque calculé matérialisé par le passage du « je » au « nous ». C'est au prix de cet arbitrage conscient, harmonieux et accepté entre logique personnelle et logique

économique qu'une personne construira une adéquation homme projet et remplira sa fonction d'entrepreneur. (DANY. F, 2002, p11)

Une définition de Jean-Marie Toulouse qui affirme que: « l'entrepreneur est avant tout un réalisateur de projet, quelqu'un qui dans la société perçoit une opportunité et imagine une façon de répondre à ce besoin avant que d'autres ne le fassent; c'est une personne qui, face à une situation problématique, développe un projet, une vision qui transforme le problème en une occasion d'affaires ».outre sa richesse et la précision « comportementale » de son contenu, cette définition a pour intérêt de se focaliser sur les activités de découverte et création de l'entrepreneur, avec, déjà un accent sur les concepts d' « opportunité » et « d'occasion d'affaires ». (VERSTRAETE.T et SAPORTA. B, 2006, p92)

2.2/ Types d'entrepreneur : FAYOLLE Alain propose une typologie d'entrepreneurs qui consiste en:

➤ **L'entrepreneur artisan :**

Possède peu d'éducation mais a une forte compétence technique. Le travail constitue le centre d'intérêt de cet entrepreneur et il adopte volontiers une attitude paternaliste au sein de son entreprise, Il craint de perdre le contrôle de son entreprise et refuse généralement la croissance pour celle-ci. (FAYOLLE. A, 2012, p77)

➤ **L'entrepreneur opportuniste:**

Offre une figure presque opposée à la précédente. Il possède, en effet, un niveau d'éducation plus élevé et ses expériences de travail sont diversifiées et nombreuses. Cet entrepreneur s'identifie plus à la gestion et ses comportements habituels refusent le paternalisme alors qu'ils accordent une place importante à la croissance et au développement de l'entreprise même s'il faut pour cela perdre

un peu d'indépendance. (FAYOLLE. A, 2012, p77)

LAUFER Jacqueline (1975), dans Une étude réalisée en 1950 et 1970, À analyser 60 cas de création d'entreprise. En croisant la motivation dominante à la création d'entreprise et les buts principaux de l'entrepreneur, elle met en évidence et propose une typologie qui consiste quatre types d'entrepreneurs :

➤ **L'entrepreneur manager ou innovateur :**

Formé dans une grande école, il a déroulé une carrière brillante dans des grandes entreprises. Ce type d'entrepreneur est motivé par les besoins de création, de réalisation et de pouvoir. Ses buts s'articulent prioritairement autour de la croissance et de l'innovation. (FAYOLLE. A, 2012, p78)

➤ **Entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance :**

L'objectif de croissance est également présent pour cet entrepreneur, mais l'autonomie financière représente également un objectif important et la recherche d'équilibre entre croissance et autonomie constitue une préoccupation permanente. Ses motivations À la création d'entreprise sens proche de celles de la figure précédente, avec un besoin de pouvoir beaucoup plus marqué. (FAYOLLE. A, 2012, p78)

➤ **Un entrepreneur refusant la croissance mais recherchant l'efficacité :**

Cet entrepreneur choisit clairement un objectif d'indépendance et refuse la croissance qui pourrait l'amener à ne pas atteindre ce but prioritaire. Ses motivations sont beaucoup plus centrées sur les besoins de pouvoir et d'autorité. Très fréquemment, l'orientation technique de l'entrepreneur et de l'entreprise est accentuée. (FAYOLLE. A, 2012, p78)

➤ **Entrepreneur artisan:**

On retrouve dans cette approche une figure d'entrepreneur déjà évoquée. La motivation centrale est le besoin d'indépendance et l'objectif essentiel est la survie de l'entreprise. À cet égard, l'indépendance est plus importante que la réussite économique. (FAYOLLE. A, 2012, p78)

Le lien établi par LAUFER, entre croissance de l'entreprise et personnalité de l'entrepreneur, a été également repris par d'autres auteurs : MARCHESNAY et JULIEN (1988) qui proposent une autre typologie en distinguant deux grands types d'entrepreneurs :

➤ **L'entrepreneur P.I.C (Pérennité, Indépendance, Croissance):**

Dont les comportements dominants, en gros, analogues à ceux de l'entrepreneur artisan. Le développement de l'entreprise est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance, c'est-à-dire à la capacité de l'entrepreneur et de sa famille à créer des richesses qui, dans un processus d'accumulation, constitueront le patrimoine familial. (FAYOLLE. A, 2012, p78)

➤ **L'entrepreneur C.A.P (Croissance, autonomie, Pérennité):**

Qui est à l'affût des occasions de création et développement d'affaires rentable offertes par les opportunités de l'environnement. Le goût du défi, l'envie de relever des challenges, le leadership et la réalisation personnelle, plus que la recherche d'un cadre d'action sécurisant semble être ces ressorts entrepreneuriaux principaux. Les objectifs personnels de l'entrepreneur P.I.C dans la recherche de la pérennité et de l'indépendance alors que ceux du C.A.P le poussent à privilégier la croissance. Dans le contexte de l'entrepreneuriat, les objectifs des individus sont également ceux qui sont assignés à l'entreprise. (FAYOLLE. A, 2012, p78)

2.3/ La création d'entreprise:

La création d'entreprise est un phénomène complexe et hétérogène. Créer une entreprise est un acte à la fois banal et extraordinaire, au sens étymologique. L'acte est banal car il n'y a rien de plus simple aujourd'hui, contrairement à ce qu'on entend parfois, de faire enregistrer son entreprise au centre de formalités d'entreprise d'une chambre de commerce et d'industrie. L'acte est extraordinaire, car il place, souvent les individus dans des situations nouvelles pour eux et pour lesquelles ils n'ont pas ou peu d'expérience. Créer une entreprise est par ailleurs un acte qu'un individu ne renouvelle pas fréquemment dans une vie professionnelle. L'acte de création suit des trajectoires variées .il n'y a pas un parcours qui ressemble à un autre. On peut créer par choix, avec une intention qui s'est formée et développée au fil du temps, après avoir évalué l'ensemble des alternatives. On peut aussi créer une entreprise par hasard, sans s'être vraiment posé la question, sans véritable anticipation et préparation. On peut être entraîné dans une création un peu malgré soi, en suivant une logique qu'on ne saisit pas tout de suite ou qu'on ne comprend pas. On peut, enfin créer une entreprise par nécessité, par ce que c'est la seule façon de retrouver un emploi et de se réinsérer socialement. (FAYOLLE. A, 2004, p109)

2.3/ Les types de création d'entreprise:

➤ La création ex –nihilo :

Créer une entreprise quand rien n'existe n'est certainement pas la situation la plus facile, il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs et ce, d'autant plus, que le degré d'innovation sera élevé. (FAYOLLE. A, 2004, p64)

➤ **La création par essaimage :**

Créer une entreprise quand on est encore salarié de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. (FAYOLLE. A, 2004, p64)

➤ **La création en franchise:**

Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisée ailleurs. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. (FAYOLLE. A, 2004, p65)

➤ **La création de filiale:**

L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celle d'un cadre ou d'un dirigeant. (FAYOLLE. A, 2004, p65)

➤ **La création d'activité nouvelle:**

Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type de situation fait davantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover. (FAYOLLE. A, 2004, p65)

2.4/ Les étapes de la création d'entreprise

a) Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise:

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale les plus précisément possibles : Que veut-on vendre ? à qui veut-on vendre ? Quelle valeur cela peut il apporter ? Telles sont les premières questions qu'il convient d'étudier en priorité. Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet.

Dans cette étape, les compétences clés du créateur sont les suivantes : Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une < bonne > opportunité de création ; Maitriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante ; Savoir sélectionner les opportunités qui sauront résister à l'usure du temps et à la compétition. De telles opportunités permettent de disposer d'avantages concurrentiels durables ; L'analyse de situations et l'approche globale constituent des outils très efficaces pour réaliser ce travail d'évaluation. (FAYOLLE. A, 2004, p118)

b) Conception et formulation du projet de création :

Après avoir identifié l'opportunité et défini les grandes lignes des projets, il faut tout mettre en œuvre pour faire de l'opportunité une activité économiquement rentable. De jouable et réaliste, le projet doit se déplacer vers la position de réalisation. A ce stade, chacune de ces études : l'étude de marché, l'étude industrielle, l'étude financière et l'étude juridique doivent être conduite ; pour permettre de répondre aux nombreuses questions qui se posent et d'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaire ou business plan. Ces études permettent également de positionner le

projet, de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente. (FAYOLLE. A, 2004, p119)

c) Montage juridique et financement du projet:

Le montage juridique est important, Le choix d'une structure juridique a des conséquences fiscales et sociales sur le créateur et sa famille, il est souhaitable de décider en parfaite connaissance de tenants et des aboutissants. D'autre part, la sélection du statut juridique de l'entreprise doit être faite en fonction du contexte stratégique, financier et humain. Mais le montage juridique ne se limite pas au seul choix d'une structure juridique, il est nécessaire aussi de sécuriser, autant que possible, les relations avec les tiers : salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants. Enfin, dans le cas de la création d'entreprise innovante, il faut maîtriser les techniques de protection et de valorisation-négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels. (FAYOLLE. A, 2004, p120)

d) Lancement des activités :

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marche de l'entreprise. Pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses partenaires soient concrétisés. Sur le plan légal, le dossier de constitution de l'entreprise a été déposé au centre de formalités des entreprises. Aux niveaux financiers, les comptes courants bancaires sont ouverts et les ressources financières utiles au démarrage (apports en capital, prêts bancaires...) sont disponibles à partir de là, les activités, commerciales, industrielles et logistiques peuvent démarrer. il faut s'efforcer d'obtenir sans délai, si cela n'est pas déjà fait, les premières commandes et commencer la production. (FAYOLLE. A, 2004, p121)

3/ La nouvelle sociologie économique

Au début des années 1970, on assiste à l'apparition de la nouvelle sociologie économique où on trouve les travaux de Mark Granovetter, ce dernier a par exemple proposé une théorie sociologique de l'entreprise et des entrepreneurs directement issue sur les réseaux sociaux et sur l'encastrement de l'activité économique. Granovetter y présente le cadre comparatif d'une interrogation sur le bon niveau d'encastrement (ni atomisation individualiste des agents ni sur socialisation dans des réseaux générateurs de coûteuses obligations) et sur le type de structures sociales propres à favoriser les entreprises. Son analyse fonctionne à la fois comme une clé de compréhension de la réussite de certaines entreprises issues de communautés ethniques minoritaires, mais aussi, par un effet de levier théorique comme une voie vers une théorie capable de rendre compte à travers la notion d'équilibre entre le 'couplage' à un environnement (familial, local, culturel) et le 'découplage' nécessaire au déploiement d'une activité entrepreneuriale, de l'espace productif dans lequel les entreprises grandes et petites articulent leur mode d'existence. Pour lui, la sociologie était la plus exposée à la tentation de déferer l'action de ces entrepreneurs à leurs appartenances ethniques ou à des déterminations culturelles. Donc, la sociologie de l'entrepreneur est une économie empirique des manières de faire dans les entreprises et d'y rémunérer les facteurs de production l'entrepreneur étant celui qui, dans des conditions variées dont la sociologie peut chercher à rendre compte, accepte une rémunération non contractuelle en contre partie du risque pris et de l'incertitude inhérente à ses décisions. (STEINER. P, 1998, p111)

3.1/ La place de l'entrepreneuriat dans la sociologie économique :

Faire de l'entrepreneuriat un objet sociologique revient à considérer ce phénomène comme une action sociale et à s'intéresser à ceux qui accomplissent l'acte d'entreprendre, comme les créateurs d'entreprise. Les travaux de

sociologie économique ont permis de montrer que loin d'être un acteur solitaire, l'entrepreneur est bien un acteur « socialisé » et « encastré » dans des réseaux de relations qui servent d'appui à son activité entrepreneuriale. Aussi sera ici défendue l'idée que pour étudier l'éthique entrepreneuriale, il est nécessaire d'adopter une approche compréhensive en cherchant à identifier les motifs qui conduisent un individu à s'engager dans une carrière d'entrepreneur. (GROSSETTI. M & REIX. F, 2014, p412)

Dans cette perspective, l'acte d'entreprendre peut finalement être perçu comme une logique de construction de soi ou de subjectivation en tant que moyen de réaliser un projet personnel qui donnera du sens à son travail et à son existence. Ce type de justification renvoie aussi dans une certaine mesure à ce que BOLTANKI et CHIAPELLO (1999) nomment « la critique artiste » du capitalisme marquée par les revendications de libération et d'authenticité. On peut ainsi interpréter ce nouveau rapport au travail des jeunes entrepreneurs comme une volonté d'exploiter les ressources du capitalisme pour mieux en contourner les contraintes. (GROSSETTI. M & REIX. F, 2014, p427)

La sociologie à ses origines, considérait l'entreprise comme un des lieux de transformation des rapports sociaux, qu'il s'agisse, par exemple, de la manufacture ouvrière chez Marx, de la division du travail chez Durkheim ou de l'entreprise capitaliste chez Weber. Pour autant, l'histoire du regard sociologique sur l'entreprise (fait social dont on chercherait, en vain, une définition sociologique stabilisée) n'est pas celle de l'accumulation régulière de connaissances, dans le cadre de l'institutionnalisation progressive d'une sociologie spécialisée qui s'y consacrerait. On observe plutôt une série discontinue de savoirs sociologiques sur l'entreprise, marquée par une résistance forte des conjonctures et spécificités nationales. (ZALIO. P. P, 2004, p16)

Avec la crise économique et la modification profonde du mode d'organisation des entreprises, la figure sociologique de l'entreprise s'est modifiée. La fin de la croyance dans l'inéluctabilité du modèle de la production de masse a conduit la sociologie à s'intéresser davantage à la diversité des situations productives. Non seulement la diversité des trajectoires productives sortait la sociologie du seul cadre d'une théorie de la contingence, mais elle déplaçait le regard de l'entreprise à l'ensemble d'un milieu productif, aux territoires où s'inscrit l'activité économique. (ZALIO. P.P, 2004, p21)

Ce retour vers la pluralité des situations productives fut l'occasion de revenir aux sources de l'économie de la firme dans le cadre d'une sociologie économique de l'entreprise. Une des thèses de COASE était que les dirigeants sont amenés à résoudre non pas des problèmes économiques dans un marché pur et parfait mais d'abord des problèmes de relations et d'organisation. Le rôle de l'entrepreneur est de susciter autour de l'entreprise des règles stables et durables qui garantissent la possibilité des échanges économiques. (ZALIO. P.P, 2004, p25)

GRANOVETTER Mark a proposé une théorie sociologique de l'entreprise et des entrepreneurs directement issue de ses travaux sur les réseaux sociaux et sur l'encastrement de l'activité économique. GRANOVETTER y présente le cadre comparatif d'une interrogation sur le bon niveau d'encastrement (ni atomisation individualiste des agents ni sur socialisation dans des réseaux générateurs de coûteuses obligations) et sur le type de structures sociales propres à favoriser les entreprises. Son analyse fonctionne à la fois comme une clé de compréhension de la réussite de certaines entreprises issues de communauté ethniques minoritaires mais aussi, par un effet de levier théorique, comme une voie vers une théorie capable de rendre compte, à travers la notion d'équilibre entre le « couplage » à un environnement (familial, local, et culturel) et le « découplage » nécessaire au déploiement d'une

activité entrepreneuriale, de l'espace productif dans lequel les entreprises, grandes et petites, articulent leur mode d'existence. (ZALIO. P.P, 2004, p26)

L'entrepreneur est un agent qui se procure des biens sur le marché pour les combiner à d'autres biens et pour obtenir un produit qu'il revend, mais dont la qualité est avant tout d'avoir perçu avant les autres un écart de prix entre la rémunération implicite des biens qu'il engage dans la production et leur prix de marché. Plus noble et mieux connu, mais sociologiquement de même nature, l'innovateur schumpetérien cherche également, dans l'ensemble des transformations possibles des biens et des innovations technologiques, celle qui lui permettra d'offrir un produit que d'autres ne savent pas mettre sur le marché. L'entrepreneur, dans cette perspective, est cet être singulier qui perçoit l'écart possible entre les prix pour un même bien, que cet écart se justifie par l'innovation (Schumpeter), par la maîtrise de l'incertitude (Knight), ou qu'il repose sur la capacité perceptive et subjective à identifier les combinaisons gagnantes que les autres n'ont pas vues. (ZALIO. P.P, 2004, p28)

4/ L'entrepreneuriat féminin et ses caractéristiques

4.1/ Définition de l'entrepreneuriat féminin:

L'entrepreneuriat féminin désigne « toutes les activités effectuées en dehors du ménage, qui permettent à la femme de faire suffisamment de profits pour au moins maintenir son activité ». Ces activités sont classées de l'agriculture, de subsistance aux multinationales, mais impliquent en général des activités à petite échelle, moyennement peu de capital et de technologie ». (DJOUAD. N, 2017, P19)

4.2/ L'intérêt de l'entrepreneuriat féminin:

L'évolution des facteurs sociologiques encourage les femmes à pénétrer le monde du travail. Depuis la Seconde guerre mondiale, l'influence des femmes n'affaiblit qu'à augmenter sur le marché du travail occidental, leur motivation était en partie expliquée par le besoin d'indépendance financière et d'auto-suffisance. Il faut y ajouter aussi l'incapacité d'une seule paie à répondre aux besoins financiers de nombreuses familles de la classe moyenne, la croissance du taux de divorces et l'augmentation du nombre de femmes vivant seules. De plus, les valeurs et les attitudes envers le travail payé ont changé, ce qui a encouragé les femmes en sécurité financière à chercher néanmoins leur épanouissement à l'extérieur du foyer. Les premiers travaux en entrepreneuriat ont été entrés principalement sur les entrepreneurs masculins en raison de la représentativité de cette catégorie au regard de sa proportion. C'est seulement à partir de la fin des années 1970 que l'entrepreneuriat féminin a commencé à émerger, commençant par l'étude des caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes entrepreneurs. (HIRMANE. M, 2017, p8)

Au milieu des années 1970, les hommes avaient constitué de loin la principale composante de la population entrepreneuriale et il n'y avait pas à cette époque une perception du statut de la femme entrepreneur comme étant un phénomène distinct (US Bureau of the CENSUS, 1977). Il a été tout simplement supposé que les hommes et les femmes entrepreneurs possèdent essentiellement les mêmes caractéristiques. (HIMRANE. M, 2017, p8)

4.3/ La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne

L'Algérie demeure très en retard par rapport au reste du monde en matière d'activité entrepreneuriale en générale et d'activité entrepreneuriale des femmes en particulier. Non seulement le taux d'activité des femmes en Algérie est l'un

des plus faibles du monde, mais encore leur taux de chômage est très élevé en particulier chez les diplômées. Avec un taux d'activité féminine de 14,7% et une proportion de femmes dans la population active qui ne dépasse pas 17%, l'Algérie se situe parmi les 4 pays ayant la plus faible participation économique des femmes au niveau mondial (avec l'Irak, la Syrie et la Palestine). Par ailleurs, le projet du Global Entrepreneurs-hip Monitor (GEM) qui est une évaluation annuelle des attitudes, aspirations et activités entrepreneuriales (TEA) dans plusieurs pays indique que le taux moyen d'activité entrepreneuriale en Algérie a été de 14,5% pour les hommes contre seulement 8% pour les femmes durant les années 2009/2012. L'écart sexospécifique témoigne que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le lancement d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les autres études GEM, menées à l'échelle internationale et régionales. (HIMRANE. M, 2017, p10)

4.4/ Les caractéristiques des femmes entrepreneures

La plupart des études dans le champ de l'entrepreneuriat féminin s'attachent à distinguer les caractéristiques individuelles des femmes entrepreneures, celles de leurs entreprises, les motivations à créer une activité et les stratégies d'affaires liées, entre autres, au financement et au réseautage. (CONSTANTINIDISE. C, ABBOUBI. M, SALMAN. N, CORNET. A, 2017, p41)

Au niveau des caractéristiques individuelles, des études indiquent que les femmes entrepreneures sont en moyenne plus jeunes que leurs homologues masculins et sont souvent mariées avec des enfants à charge. Elles auraient des diplômes plus élevés que les hommes, mais manqueraient de compétences managériales (ITANI, SIDANI et BAALBAKI, 2011), de formation de base pour diriger une entreprise et de connaissances des conditions du marché. (CONSTANTINIDIS. C, ABBOUBI. M, SALMAN. N, CORNET. A, 2017, P41)

La femme entrepreneur affronte de nombreux défis dans sa vie pour atteindre ses objectifs. Elle a une capacité de leadership spéciale à beaucoup de niveaux, parce que son esprit actif et positif la pousse à lutter, en n'ayant pas peur des compromis et en assumant les échecs comme des expériences d'apprentissage ; c'est une personne qui, lorsqu'elle tombe se relève et recommence à nouveau, avec plus de force que jamais ; cependant, il y a certaines caractéristiques qui la distingue de beaucoup d'autres personnes.

➤ **Capacité à communiquer et échanger:**

Une femme entrepreneur possède une grande habileté pour communiquer de manière efficace avec les personnes. **Elle sait s'exprimer correctement ; mais elle sait également se taire et écouter ce que les autres ont à dire**, en se mettant à la place des autres, en étant réceptive à ces idées ; de plus, elle sait exprimer des critiques, toujours avec un point de vue constructif, en aidant les personnes qui sont sous sa responsabilité, dans le cas où elle a un poste à responsabilité et d'autorité ; bien que ceci puisse être appliqué dans tous les aspects de sa vie. (Site : Joya.life.fr, les caractéristiques- sensationnelles d'une-femme entrepreneur, consulté le 12/03/ 2020)

➤ **Habiletés persuasives :**

Elle possède d'excellentes stratégies en faisant des business plans, de cette façon elle peut atteindre le succès assurément ; le pouvoir de persuasion pousse un leader vers l'avant, c'est une caractéristique qui donne de la force aux femmes ; une étude réalisée dans des pays d'Amérique Latine et des Caraïbes, délégué par le Fond Multilatéral d'Investissements (FOMIN), a observé les profils, défis et besoins des femmes entrepreneurs de haute croissance ; où la gérante générale de cette organisation Nancy Lee, a assuré que la femme est un moteur important qui encourage l'innovation et la réduction de la brèche entre les sexes. (Site : Joya.life.fr, consulté le 12/03/2020)

➤ **Clarté pour affronter et assumer les risques:**

La femme entrepreneur est idéaliste et astucieuse, elle est préoccupée par la question de faire de l'argent mais n'est pas obsédée. Elle assumera des risques, mais ces derniers sont calculés, **elle analyse l'environnement, crée son produit ou son service**, en étudiant la viabilité de ses projets ; en établissant des résultats prévisionnels pour ses activités, c'est pour cela qu'elle ne se lancera pas dans un environnement qui n'est pas sûr ; pour autant elle calcule les risques de chaque décision et évite que ces derniers ne soient pas nécessaires. (Site : Joya.life.fr, consulté le 12/03/ 2020)

➤ **Confiance en soi :**

C'est une autre caractéristique très particulière qui identifie la femme entrepreneur. **Elle a une confiance absolue dans ses projets**, elle possède de la sécurité dans sa préparation pour affronter ces responsabilités et aller de l'avant ; c'est quelque chose qui est étroitement lié avec son estime de soi personnelle, en affrontant le résultat, afin que ce soit celui espéré. (Site : Joya.life.fr, consulté le 12/03/ 2020)

➤ **Persistance et Ténacité :**

Une femme peut être très humble, mais à la fois être la plus tenace, persistante et persévérante, en maintenant sa constance toujours ferme jusqu'à ce qu'elle atteigne tous ses objectifs, avec son engagement et tous ses efforts. Le succès exige des sacrifices, la plupart des femmes entrepreneures, commencent en investissant leurs propres économies, avec un grand optimisme, **en s'adaptant aux circonstances et avec une rapide disposition pour s'ajuster aux nouvelles situations**. (Site : Joya.life.fr, consulté le 12/03/ 2020)

Les femmes entrepreneures n'ont pas seulement cette capacité dans les affaires et dans leur vie professionnelle, elles le font aussi au niveau personnel, avec leur famille et dans n'importe quel environnement dans lequel elles évoluent. Elles propulsent leurs différents plans et projets, motivées par les opportunités qui se présentent à elles, aussi petites soient elles. (Site : Joya.life.fr, consulté le 12/03/2020)

Conclusion du chapitre

D'après ce chapitre nous constatons, que l'entrepreneuriat est un phénomène de progrès qui permet la création de la richesse, le développement du marché et l'absorption du chômage, de façon particulière, l'entrepreneuriat féminin est considéré comme un facteur favorisant à la croissance et la diversification économique.

Chapitre III :
Trajectoire
socioprofessionnelle des
femmes entrepreneurs

Préambule

A travers ce chapitre, nous allons présenter en premier lieu le grand point qui traitera la trajectoire socioprofessionnelle des femmes entrepreneurs, leurs motivations, leurs difficultés de création. En deuxième lieu, on va parler sur l'entreprise artisanale et caractéristiques, enfin, et en dernier lieu, l'histoire de la pâtisserie traditionnelles et moderne.

1/ Les éléments constitutifs de la trajectoire entrepreneuriale (la formation et les expériences extérieures)

La formation et l'expérience sont deux processus permettant l'acquisition de compétences. Ce sont deux catégories qui s'inscrivent dans un rapport social, celui du travail. Ce rapport englobe la valorisation attribuée à une activité, qui se transcrit à travers des formes de classification opérant comme une légitimation acceptée de tous. (VINCENS. J, 2001, p55)

1.1/ Le niveau d'éducation et de formation:

CORNET et CONSTANDIS ont mis en évidence l'importance du niveau d'instruction qui est fortement corrélé au processus d'acquisition du statut d'entrepreneur et le type de création. En effet, les femmes ayant un niveau de formation moins élevé sont généralement dans un processus de création par nécessité, alors que celles ayant un niveau de diplôme plus élevé sont plus souvent dans des processus de création volontaires avec l'idée de saisir des opportunités (CONSTANTINIDIS. C, CORNET. A, 2004, p195)

La formation associe l'apprenant à d'autres personnes, ceux qui enseignent. L'expérience professionnelle au sein strict est une acquisition de compétences

qui repose sur la pratique du travail par l'individu. Elle est soumise à une triple relativité : elle dépend de l'individu qui est plus ou moins capable de tirer lui-même les leçons des faits. (VINCENS. J, 2001, p55)

Les besoins de formation des femmes entrepreneures diffèrent de ceux de leurs homologues masculins, deux pistes de solutions sont proposées dans la littérature, un modèle de formation de gestion spécifique pour les femmes entrepreneures (Lavoie, 2000), un programme de mentorat dédié à soutenir la femme entrepreneure tout au long du développement de son entreprise (Carter, 2000). Une évaluation des compétences et habiletés à acquérir peut permettre à la femme entrepreneure de choisir adéquatement une piste de solution appropriée à ses besoins. (POWERS. T. A, 2009, p26)

1.2/ L'expérience antérieure :

Elle se compose de l'ensemble des savoir-faires, des connaissances, des valeurs propres accumulées par le dirigeant avant la création de l'entreprise. L'expérience accumulée du dirigeant (à la fois en tant que dirigeant d'entreprise et salarié) est souvent perçue comme une garantie de bonne gestion. Elle renvoie, souvent, au parcours de vie du dirigeant qui peut comporter des échecs et des réussites. (BOUTILLIER. S, AKRIKPAN KOKOU DOKOU. G, 2006, p9)

Sur ce point, la communauté des chercheurs semble être en accord sur le fait que de grandes différences existent entre les hommes et les femmes entrepreneures. En effet, plusieurs recherches ont montré que ces dernières semblent souvent moins qualifiées que les hommes, possèdent moins d'expérience professionnelle en gestion d'entreprise et/ou dans le secteur d'activité dans lequel elles se lancent, et manquent de compétences au niveau financier, managérial et/ou entrepreneurial. (ADJOUT. S, 2014, p03)

L'expérience professionnelle, le niveau de formation joue un rôle en soi : plus il est élevé, plus il est synonyme d'une capacité à décrypter son environnement. Il constitue ainsi une ressource-que l'on pourrait nommer « culturelle » qui permet aux femmes de comprendre les rouages de l'insertion professionnelle et de la création d'entreprise, et enfin de rechercher les informations et conseils auprès des bons interlocuteurs. Associée à un réseau social étendu, cette ressource dite « culturelle » permet de dépasser certaines des difficultés inhérentes à la création d'entreprise, qui pourraient ralentir le projet. (BADIA B, BRUNET. F et KERTUDO. P, 2013, p57)

L'organisation du travail constitue le substrat dans lequel s'inscrivent ces processus de légitimation. Mis à contribution pour objectiver ces processus de classification professionnelle, les savoirs reconnus ressortent d'un processus de validation, à partir notamment des diplômes de l'éducation nationale. L'expérience, quant à elle, est le plus souvent abordée, dans les recherches sociologiques, soit sous l'angle de la socialisation comme insertion dans un groupe professionnel, soit comme apportant un savoir particulier, complétant la forme certifiée que représente le diplôme ou s'y opposant, mais rarement sous l'angle du système de valorisation dans lequel elle s'inscrit. (BARNIER L. M, 2007, p219)

2/ Les motivations de création d'entreprise par les femmes entrepreneures :

Les motivations à la création d'entreprise sont multiples et variées comme l'affirme LEGER-JARNINO, Dans son ouvrage le grand livre de l'entrepreneuriat, La décision de créer une entreprise est la résultante de l'interaction des envies personnelles, des circonstances personnelles et du contexte. (SLAMANI. R, MECHTOUR. R et REMINI. A, 2011, p72)

Plusieurs auteurs se tiennent que la motivation pour fonder une entreprise repose sur plusieurs facteurs dont certains sont psychologiques, d'autres environnementaux au comportementaux, ou dictés par le besoin d'argent ou la nécessité de se créer à notre espace vital. (SLAMANI. R, MECHTOUR. R et REMINI. A, 2011, p73)

Les motivations ayant déclenché la démarche de création d'entreprises ont multiples et étroitement imbriquées. Il est généralement impossible d'identifier, dans les parcours féminins, une seule et unique raison ayant motivé à la création d'entreprise. Comme le souligne cette enquêtée, c'est la plupart du temps la rencontre de plusieurs facteurs qui a conduit à la création :

La nécessité, lorsque monter son entreprise est la seule façon de trouver un emploi,

Le choix de se réaliser familialement, dans la mesure où créer son entreprise permet de maîtriser son emploi du temps pour être disponible au foyer,

Enfin, ***la recherche d'un épanouissement personnel*** à travers un travail qui correspond à ses aspirations ou centres d'intérêt. (BADIA. B, BRENET. F et KERTUDO. P, 2013, p16)

Les femmes optent pour l'entrepreneuriat pour plusieurs raisons. Elles peuvent être poussées par la nécessité économique comme moyen de combattre le chômage, ainsi que de gagner le pouvoir et le respect et de s'affirmer dans la société. C'est un moyen aussi pour satisfaire le besoin d'émancipation pour avoir plus d'indépendance et combattre l'injustice et l'hégémonie masculine, dans une culture traditionnelle. (GHIAT.B, 2018, p05)

Un individu va se tourner vers l'entrepreneuriat si cette option lui permet un meilleur rendement économique, soit dans le cas d'un manque d'emploi (push), soit parce qu'il espère gagner davantage (pull). L'intérêt de cette approche, bien connue maintenant, est qu'elle permet de faire une distinction entre des

entrepreneurs « par nécessité » et des entrepreneurs « par opportunité ». (AUDE. A & GABARRET. I, 2016, p91)

❖ **Les motivations « PULL »**

Création par opportunité et par choix « pull », regroupe le besoin d'autonomie et d'accomplissement personnel, le désir d'organiser soi-même son travail, l'envie de lancer et de développer un produit ou un service, saisir une opportunité ou relever un défi, peu de possibilités de promotion et « plafond de verre ». Ce dernier facteur est parfois classé dans le groupe « push », il nous semble toutefois qu'il répond à une volonté de rompre avec les règles de l'entreprise et de prendre son avenir en main. Concernant les facteurs motivationnels pull, les auteurs s'accordent principalement sur leur caractère intrinsèque comme : le désir d'indépendance, le besoin de réalisation, l'attrait de la richesse ou du statut. (AUDE. A & GABARRET. I, 2016, p91)

❖ **Les motivations « PUSH »**

Création par nécessité « push », implique une notion de choix forcé : chômage, raisons familiales comme les dettes du conjoint, licenciements, reprise de l'activité suite au décès d'un père ou d'un conjoint. Plusieurs femmes mettent en avant que leur retrait du marché du travail pour élever leurs enfants les a pénalisés fortement quant aux possibilités de retrouver du travail comme salariée. Le statut d'indépendant leur est apparu comme un moyen (parfois le seul) pour pouvoir réintégrer le marché du travail. (CORNET. A et CONSTANTINIDIS. C, 2004, p197)

Même si les raisons qui poussent les femmes à entreprendre sont variées (Brush, 2004), deux motivations principales font presque l'unanimité des chercheurs : **le besoin de satisfaction professionnelle et la recherche de l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle**. En effet, les femmes envisagent la création d'entreprise pour devenir leur propre patron et pour

dépasser les difficultés inhérentes au marché traditionnel de l'emploi. Elles perçoivent de ce fait la carrière entrepreneuriale comme plus compatibles avec leurs responsabilités familiales. (ADJOUT. S, 2014, p4)

3/ Les difficultés rencontrées lors de la création d'ateliers par des femmes entrepreneures :

Les femmes entrepreneures font face à différents obstacles tout au long de leurs parcours. Différentes recherches se sont intéressées aux obstacles que les femmes rencontrent et doivent dépasser pour mener à bien leurs entreprises, on cite particulièrement les travaux de Thompson LIGHSTONE (1997). (RACHDI. F, 2006, p12)

Parmi ces obstacles, nous pouvons citer la discrimination systémique inhérente à leur condition de femme, un difficile accès au financement et des conditions de crédits très peu avantageuses, la crédibilité de ces femmes est souvent mise à l'épreuve à l'extérieur de leur entreprise lors des relations avec les institutions ou certains partenaires. (RACHDI. F, 2006, p12)

Les femmes ont à vaincre des barrières qui sont propres, notamment les attitudes socioculturelles négatives encore prévalences, des barrières externes tout à fait pratiques et des difficultés personnelles. Parmi ces obstacles nous citons :

- Les attitudes négatives sont souvent pour origine de la discrimination sexuelle, dans ses rapports quotidiens avec les différents partenaires associés à son entreprise (fournisseurs, banquiers ou clients), la femme souffre souvent d'un manque de crédibilité ;
- L'accès au financement est l'un des problèmes les plus difficiles qui a été le manque d'accès aux prêts venant des sources bancaires. La femme qui veut lancer une entreprise réunit rarement les conditions exigées par une banque ;

- Le manque d'expérience en gestion (et donc le besoin d'acquérir des connaissances et des habiletés dans ce domaine). (MAMACHE. S, 2014, p30)

➤ **Un accès plus difficile au financement:**

Dans la création des entreprises, les femmes entrepreneures par manque de capital initial, sont confrontées à un grand obstacle qui est l'accès au financement. Richer et St-Cyr (Richer, 2007) précisent que si les femmes diplômées empruntent des sommes moindres que leurs confrères masculins, cela peut s'expliquer par diverses raisons : une plus faible tolérance au risque de la part de la jeune diplômée, une croissance de l'entreprise moins rapide, nécessitant donc des investissements moindres, une taille plus petite que la moyenne des entreprises de leurs confrères masculins, des besoins moindres à cause de la disponibilité d'autres fonds ou des aptitudes de gestion différentes. Selon certaines études, les femmes continuent de percevoir une attitude négative des banques et autres établissements de prêt, les femmes bénéficieraient de conditions défavorables à celles accordées aux hommes (Forget, 1997). (BOUZERKAOUI. H & DRISS. F, 2016, p6)

➤ **Une conciliation entre vie familiale et vie entrepreneuriale :**

Ce problème se pose en particulier pour les femmes, dans leur implication particulièrement marquée dans la sphère familiale peut avoir une influence sur le bon déroulement du processus entrepreneurial et parfois jouer contre la création d'entreprise. En situation de monoparentalité, la conciliation entre vie entrepreneuriale et familiale apparaît encore plus difficile, puisque s'ajoute à la problématique de la disponibilité pour les enfants, la question de la précarité financière, particulièrement prégnante chez les femmes qui doivent assumer seules des charges importantes. Pour les femmes en situation de monoparentalité, il est souvent difficile de maintenir à la fois une forte implication dans l'entreprise et une importante disponibilité pour enfant. (BADIA. B, BRUNET. B, KERTUDO.P, 2013, p46)

➤ **L'accès au foncier:**

D'une façon générale, toutes les femmes entrepreneures ont souligné les difficultés d'accès au foncier dans les zones d'activité. Certaines entrepreneures reprochent à l'administration de ne pas accorder un intérêt particulier à leurs projets sous prétexte qu'ils sont de petite taille. Cette exclusion fragilise leurs activités et réduit les opportunités de croissance. (DJOUAD. N, 2017, p37)

4/ Entreprise artisanale et ses caractéristiques

4.1/ Définition de l'artisanat :

Le terme artisanat renvoie à des activités anciennes, consacrées à la fabrication manuelle d'objets usuels, culturels et décoratifs. Le mot artisanat apparaît à la fin du 19^{ème} siècle, sa racine étymologique englobe l'ensemble des activités manuelles à l'exclusion des activités agricoles. Aujourd'hui, l'artisanat représente une activité manuelle ne mettant pas en œuvre de moyens industriels. Les artisans sont de petits producteurs qui possèdent les moyens matériels nécessaires à la mise en œuvre de leur production. Ils exécutent eux-mêmes leurs travaux et bénéficient directement des résultats de leur production. (BA. A, 2006, p122)

La majorité des entreprises artisanales sont des entreprises individuelles ou des TPE, c'est-à-dire de très petites entreprises de moins de 20 salariés. Ce sont des entreprises inscrites au répertoire des métiers. Quand l'entreprise dépasse ce seuil, elle bénéficie d'un droit de suite qui lui permet de rester inscrite à la chambre des métiers. Toutefois, la notion d'artisanat fait référence à des réalités différentes selon les pays et les professions (BA. A, 2006, p122)

4.2/ L'entreprise artisanale:

Les travaux de C. Jaeger ont bien montré que l'artisanat ne peut être tenu pour une simple survivance des temps passés. La grande entreprise avec son organisation rationnelle du travail n'a pas mis fin aux artisans. Elle a même, dans certains domaines, fait naître de nouveaux métiers, à tel point que l'artisanat est devenu un secteur de plus en plus hétérogène et qu'il serait plus juste de parler des artisanats. (Henri. J, 2006, p49)

L'artisanat d'aujourd'hui est bien différent des corporations d'Ancien Régime et perdure là où la grande entreprise ne peut exercer son emprise. Après avoir été présenté comme un secteur en déclin, voire archaïque, il fait l'objet, depuis la crise de l'emploi salarié, d'un regain d'intérêt. Dynamiques, créateurs d'emplois, les artisans seraient au même titre que les entrepreneurs des agents importants de la croissance et de l'innovation : ils sont d'ailleurs devenus la « première entreprise de France ». (Henri. J, 2006, p49)

4.3/ Evolution de l'artisanat :

L'artisanat est tourné vers l'avenir. En effet, les artisans ont su allier d'anciennes traditions aux nouvelles technologies de pointe. Ils ont su s'adapter aux évolutions de la société et aux goûts de leur clientèle. De plus, les artisans s'intéressent aux innovations et ces évolutions technologiques génèrent de nouveaux projets et de nouveaux métiers qui permettent à l'artisanat de conserver une place importante dans l'économie et plus globalement dans la société. Cette évolution de l'artisanat a un impact sur le nombre d'entreprises artisanales qui est en évolution constante. (BA. A, 2006, p128)

Les mentalités des artisans évoluent aussi. Ils communiquent de plus en plus. De même, l'exportation prend de l'importance chez les artisans, car une nouvelle génération d'artisans arrive, qui ont des formations plus poussées et une plus grande ouverture sur le monde. De plus, ils maîtrisent les nouvelles technologies,

telle Internet. Ils maîtrisent la tradition, tout en sachant innover. Cette plus grande prise en compte de l'export s'explique aussi par le fait que les artisans sont de plus en plus jeunes, ils osent donc davantage prendre des risques. De plus, l'exportation est devenue une nécessité pour certains artisans, car le marché national est devenu trop étroit. Trouver des débouchés hors de France est devenu indispensable, car sinon certains savoir-faire risquent de disparaître. De nouveaux marchés en développement apparaissent. (BA. A, 2006, p129)

4.4/ Les caractéristiques de l'entreprise artisanale :

Lorsqu'on demande à un artisan, ce qu'est une entreprise artisanale, ce n'est pas la notion de nombre de salariés ou celle d'inscription au registre des métiers qui est mise en avant mais celle de métier, métier bien fait, celle de proximité avec une clientèle connue, celle de tradition mais également de modernité, d'innovation, celle d'individualisme mais également de famille professionnelle, celle de proximité dans la vie sociale de la cité, comme avec les salariés... Ces caractéristiques qui reviennent le plus souvent dans les propos des artisans montrent bien dans leur apparente contradiction que les entreprises artisanales, au moins dans les premières années de leur existence, pour celles qui ont envisagé leur développement par la croissance et tout au long de leur existence pour la part non négligeable des chefs d'entreprises qui ont choisi consciemment ou non un autre mode de développement, ne sont pas des entreprises totalement comme les autres. (FOURNIER. C, 2006, p104)

La principale raison est qu'avant d'être une organisation ou une personne morale, l'entreprise artisanale est une personne physique et que de ce fait dans les conditions précisées ci-dessus les caractéristiques de l'entreprise artisanale sont celles des entreprises mais aussi celles d'un homme ou d'une femme avec toute l'irrationalité et l'affectivité qui y sont attachées. La prise en considération de cette donnée permet de mieux comprendre ce secteur de l'économie et sa prise en

compte par les divers politiques, toutes sensibilités confondues, qui se sont succédées au pouvoir. En effet l'entreprise artisanale est plus proche des caractéristiques liées à l'humain que de celles liées à l'objet économique avec ses composantes fiscale juridique et sociale. Vouloir développer une politique économique en faveur de l'artisanat c'est donc vouloir développer une politique économique en faveur de l'amélioration de la qualité de vie de ses concitoyens. Ne pas comprendre cette réalité sociale a pu conduire à des débordements regrettables par le passé qui se reproduiront inéluctablement sous une forme ou sous une autre. (FOURNIER. C, 2006, p104)

5/ Histoire de la pâtisserie moderne et transitionnelle.

5.1/ Les origines de la pâtisserie :

La pâtisserie remonte à plus de 7 000 ans et c'est chez les Grecs que l'on retrouve le premier gâteau préparé. Ce gâteau s'appelant « obélias » signifie « offrande », une pâtisserie qui sert à faire des offrandes aux dieux grecs. Il est composé de farine et de miel, un gâteau très simple qui ressemble plus à une galette. Les Grecs chauffent cette pâte sur une pierre chaude pour la cuire. Ce n'est qu'à l'apparition des œufs, du sucre et du beurre que l'on peut commencer à parler réellement de gâteau. Au VIIe siècle, l'élevage des poules devient courant. Il marque un tournant dans l'évolution de la pâtisserie. Puis, au Moyen-âge, des personnes découvrent la canne à sucre ainsi que l'ancêtre de la pâte feuilleté nommé « Bourreck ». (Site : castelanne.com/évolution-pâtisserie, consulté le 17/03/2020)

5.2/ Histoire de la pâtisserie et son évolution :

Le Moyen Age a connu aussi les pâtissiers sous le nom « d'oublayers » ou « d'oublieurs » ce n'est vraiment qu'au XVIII me siècle que la pâtisserie a pris sa physionomie délicate et au XX me siècle qu'elle a atteint, comme d'ailleurs tout l'art de la table son actuelle légèreté. (Site : [Document/histoire-de-la-pâtisserie-eleve.pdf](#). P7, consulté le 16/03/2020)

En tant que profession, la pâtisserie se trouve encadrée, d'un côté par la boulangerie, qui fait toutes sortes de gâteaux en dehors même de la galette des rois, de l'autre par la charcuterie, qui produit les friands et nombre de pâtés et articles analogues. Il ne semble d'ailleurs pas que cette circonstance ait nui en qualité à l'art du pâtissier, dont les produits n'ont jamais été plus fins. (Site : Document/histoire-de-la-patisserie-eleve.pdf. P7, consulté le 16/03/2020)

Dans les années 1950 : Dès les années cinquante, les patrons pâtissiers assistèrent à une profonde modification de leurs soucis. Rares et onéreuses, les matières premières marchandises deviennent abondantes et bon marché. Le personnel facile à trouver et acceptant des salaires très bas se mue en professionnels exigeants et difficiles à embaucher. Les fabricants de matières premières et les grossistes, toujours à l'affût d'une possible augmentation des affaires, investissent dans la recherche de fabrications intermédiaires, entre les matières de base et les produits finis. (Site : Document/histoire-de-la-patisserie-eleve.pdf. P7, consulté le 16/03/2020)

Dans les années 1970 : Dans cette deuxième partie du siècle, la pâtisserie a connu un essor sans précédent qui marquera sans nul doute dans l'histoire de la pâtisserie un renouveau et un rajeunissement des méthodes et des recettes. Parmi nos contemporains, Gaston Lenôtre est sans contredit le pâtissier le plus célèbre. Auteur de plusieurs livres et fondateur d'une école gastronomique qui porte son nom, il est une véritable vedette en France, où il est considéré comme le chef de file de la « nouvelle pâtisserie ». Un nouveau style est enfin né, caractérisé par la fraîcheur et la légèreté de nos pâtisseries. (Site : Document/histoire-de-la-patisserie-eleve.pdf. P8, consulté le 16/03/2020)

5.3/La pâtisserie traditionnelle algérienne :

La pâtisserie algérienne qualifiée de « pâtisserie orientale » est en majeure partie composée de fruits secs, surtout d'amandes et est très parfumée à l'eau de fleur d'oranger et au miel. Elle regroupe des spécialités traditionnelles comme : les *dziryette*, les *tcharak*, le *m'khabezou* encore le *makrout* et les *baklawa*. Elle a reçu des vagues d'influences sur le plan culinaire notamment avec les réfugiés morisques d'Andalousie apportant avec eux en 1492 les fameux montécaos appelés *ghribia*, et l'Empire Ottoman fournissant de fameuses pâtisseries comme la baklava, le *kenafeh*, les loukoum, la halva portant respectivement en arabe algérien les noms *debaklawa*, *kdaïf*, *halwa halkoum*, *halwa tourk*. (Site : histoire de la pâtisserie algérienne, par Douceur DZ, consulté le 17/03/2020)

L'apport culinaire européen est notable car aujourd'hui, les pâtisseries algériennes proposent de nombreuses spécialités françaises comme le macaron ou la mille-feuille qui est très populaire en Algérie. Cependant, au fil du temps, l'Algérie a su développer ses propres versions. La pâtisserie algérienne est divisée en plusieurs catégories selon les modes de cuisson : avec friture, sans cuisson, au four et sur tajine, c'est respectivement l'exemple de la *samsa*, la *kefta*, les *halwattabaa* et la *mbardja*. En plus de ses différents modes de cuisson, la pâtisserie algérienne recourt à des modes de préparation : au miel, aux fruits secs, aux fruits confits, à la confiture, pâte sablée, à la noix de coco... Ces divers modes de préparation permettent de décliner une pâtisserie donnée sous plusieurs formes selon les villes. La pâtisserie algérienne est essentiellement préparée pour des occasions festives avec plusieurs assortiments différents, toujours variés selon les modes de cuisson. Dans les mariages, elle fait office d'après-dessert servi à la fin de la cérémonie, tandis que dans les fêtes religieuses, notamment l'Aïd el-Fitr, elle est consommée comme entremet. (Site : histoire de la pâtisserie algérienne, par Douceur DZ, consulté le 17/03/2020)

5.4/ La pâtisserie moderne:

Pourquoi la nouvelle pâtisserie ? Parce que la plupart des crèmes ou des mousses que l'on utilise aujourd'hui n'étaient pas connues avant les années 1970. C'est aussi des méthodes plus adaptées. Ces nouvelles techniques de montage en cadre ou en cercle... assurent à l'entremets une régularité et une netteté parfaites. Elles conviennent bien mieux au style de crèmes ou de mousses que nous utilisons de nos jours. Maintenant, le dessert est décoratif dans son ensemble : sa forme, son aspect général, son côté, son dessus font un tout. Chaque entremets ne se distingue pas uniquement par une forme originale (haute, basse, triangulaire, en goutte, hexagonale, etc.) mais aussi par des couleurs dominantes. (Site : Downloads/Documents/histoire-de-la pâtisserie- élève, PDF, p8, Consulté le17/03/2020)

Une créativité sans pareille habille ces desserts sur ses côtés (macarons, roulades, biscuits imprimés, biscuits avec fruits secs, plaquettes en chocolat...) et sur son dessus (fruits, chocolat, épices...) dans l'ensemble ces entremets sont toujours décorés très simplement, avec des produits naturels. La décoration légère se marie parfaitement avec le reste du dessert très typé déjà par sa forme et son aspect. On remarque une nette tendance à la simplification des décorations afin de mettre mieux en valeur l'ensemble du mets. Les notions d'esthétique jouent un grand rôle dans l'élaboration de tels desserts. (Site : Downloads/Documents/histoire-de-la pâtisserie-élève, PDF, p8, Consulté le 17/03/2020)

La pâtisserie, à l'instar de la cuisine, a connu ses années de succès puis d'excès. Ce qu'on a appelé la nouvelle pâtisserie a donné une impulsion, comme toutes les modes, mais ce qui est éternel c'est le style. Ce qui guide les pâtisseries d'aujourd'hui est donc un style plutôt qu'une tendance ou une mode. Mais cet esthétisme forcené s'était développé aux dépens du goût. Au niveau innovation, il

s'agit de sublimer des recettes anciennes à travers de nouvelles créations. En pâtisserie, paradoxe entre créativité et tradition n'est qu'apparent et il permet parfois d'étonnantes et délicieuses découvertes. (Site : Downloads/Documents/histoire-de-la pâtisserie-élève, PDF, p9, Consulté le 17/03/2020)

➤ **Les locomotives du décor moderne :**

Dans « Décor 2000 » les auteurs mettent en évidence trois aspects du décor : L'esthétique du décor, La technique de réalisation, L'aspect commercial.

Après bien des excès, la tendance générale en matière de décoration est à la simplification. La part faite à l'imagination est toujours plus importante. La simplification du décor n'est pas chose facile... son harmonie demande beaucoup de recherche. (Site : Downloads/Documents/histoire-de-la pâtisserie- élève, PDF, p10, consulté le 17/03/20)

Conclusion du chapitre

Dans ce chapitre, nous pouvons constater dès lors que l'entrepreneuriat féminin peut constituer une source non négligeable de la croissance économique, de la création d'entreprise, d'emploi et du développement global durable et harmonieux. Malgré les obstacles financier, social ou culturel que ces femmes ont rencontrés, ces femmes restent des porteuses de projets.

Chapitre VI :

L'entrepreneuriat féminin et la création des entreprises en Algérie

Préambule

Dans ce chapitre nous allons présenter divers éléments constitutifs d'un grand thème qui est l'entrepreneuriat féminin et la création des entreprises en Algérie à savoir : l'évolution de l'entrepreneuriat féminin en Algérie avec quelques statistiques, aussi les différentes étapes de création des entreprises artisanales. Enfin les principales caractéristiques des entreprises créées par les femmes entrepreneures en Algérie ainsi que les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures algériennes.

1/ L'évolution de l'entrepreneuriat féminin et la création des entreprises en Algérie

1.1/ L'importance de l'entrepreneuriat en Algérie :

En Algérie, l'entrepreneuriat est émergé dans un contexte de transition d'un modèle d'économie à planification central à un modèle d'économie de marché. Cette nouvelle politique économique a reconnu pour l'entrepreneuriat et notamment les PME privées le rôle important à jouer dans le développement local et national. Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent la création des entreprises, d'emplois, de valeur ajoutée et de richesse ; le renouvellement et la diversification du tissu socioéconomique ; l'innovation et la réponse à la concurrence dans la société et l'économie du pays. (MEZIANE. A, 2015, p17)

- **Création d'emplois** : grâce à la contribution du secteur des PME/PMI, notamment le secteur privé et les artisans, le taux du chômage est passé de 28% en 1996 à 23,70% en 2003 et à 15,3% en 2005 et arrive à 9,3% en 2013. En parallèle, le nombre d'emplois créés par les PME privées et les artisans est passé de 766678 en 2004 à 1298253 en 2007 à 1605329 en 2009. (MEZIANE. A, 2015, p17)

- **Création de la valeur ajoutée** : la contribution des PME privées dans la création de la valeur ajoutée (hors hydrocarbure) est en constante évolution, elle est de 53,6% en 1998, 75% en 2001, 84% en 2002 et 87,64% en 2007 soit une moyenne de 85,80%. (MEZIANE. A, 2015, p17)

- **Contribution au PIB** : le secteur privé intervient pour près de 75% dans le PIB hors hydrocarbures. (MEZIANE. A, 2015, p17)

- **Les exportations** : le poids prépondérant des hydrocarbures dans la structure des exportations algériennes (près de 95 % du total) masque toutefois la progression des autres secteurs. De ce fait, l'Algérie occupe, en matière d'exportations réalisées par les PME, la 20ème place en Afrique. (MEZIANE. A, 2015, p17)

1.2/ L'entrepreneuriat féminin en Algérie:

L'Algérie demeure très en retard par rapport au reste du monde en matière d'activité entrepreneuriale en générale et d'activité d'entrepreneuriat féminin en particulier. Non seulement le taux d'activité des femmes en Algérie est l'un des plus faibles au monde, mais encore leur taux de chômage est très élevé en particulier chez les diplômées. Avec un taux d'activité féminine de 14,7% et une proportion de femmes dans la population active qui ne dépasse pas 17%, l'Algérie se situe parmi les 4 pays ayant la plus faible participation économique des femmes au niveau mondial (avec l'Irak, la Syrie et la Palestine). (HIMRANE. M, HASSANI. H, 2017, p17)

Selon le projet du Global Entrepreneurs-ship Monitor (GEM) qui est une évaluation annuelle des attitudes, des aspirations et des activités entrepreneuriales (TEA) dans plusieurs pays, le taux d'activité entrepreneuriale moyen en Algérie durant les années 2009/2012 a été de 14,5% pour les hommes contre seulement 8% pour les femmes. L'écart sexospécifique relevé indique

que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le démarrage d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les études du GEM qui sont menées à l'échelle internationale mais aussi dans les régions spécifiques comme la région MENA. Les données de l'étude GEM Algérie 2012 montrent aussi que le rapport hommes-femmes est plus faible en 2009 et a tendance à augmenter dans les enquêtes GEM 2011 et 2012. De même, ces données montrent que la participation des femmes dans l'activité entrepreneuriale est entrain de diminuer en faveur des hommes. Les taux de TEA féminins suivent la même tendance générale observée chez les hommes. Elles sont plus concentrées dans les catégories d'âges 24-34 ans et 35-44 ans. (HIMRANE. M, HASSANI. H, 2017, p18)

D'autre part, à la fin de l'année 2014, sur un total de 157 122 inscrites au niveau du CNRC, 8 163 entreprises étaient gérées par des femmes, soit 5,2%. Quant aux personnes physiques, sur 1 484 625 activités, 122 253 appartiennent aux femmes, soit 7,6%. De façon globale, 92,4% des opérateurs économiques personnes physiques sont du genre masculin contre seulement 7,6% de femmes. S'agissant des femmes, sur un total de 122 253 personnes physiques, la classe d'âge la plus fréquente est celle située entre 39 et 48 ans (26,85%), suivie par la classe 29-38 ans (22,15%). Les femmes sont concentrées essentiellement dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8,2% du nombre global suivie de la wilaya d'Oran avec 6,2%, et Tlemcen avec 4,2%. Toutefois, le nombre de femmes en Algérie a connu une évolution remarquable du fait de l'existence de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Parmi les plus importants sont les suivants : l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM qui sont des structures publiques chargées de l'exécution des politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont censées apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités. (HIMRANE. M, HASSANI. H, 2017, p18)

1.3/ Evolution de l'emploi féminin en Algérie:

L'entrepreneuriat féminin est considéré comme un facteur favorisant la croissance et la diversification économiques (VERHEUL et al, 2005). Partant de cette idée, plusieurs gouvernements et organisations sociales travaillent afin de stimuler son développement en tant que moyen pour renforcer les économies locales dans différentes régions du monde. (TAHIR METAICHE. F, BENDIABDALAH. A, 2016, p223)

L'explication évidente de cette nouvelle orientation, selon Karlsson et Anderson (2009), est que la mondialisation rapide ces dernières années, a fondamentalement changé les avantages concurrentiels dans les pays et les régions. Cette évolution se traduit par une forte hétérogénéité des dispositifs d'accompagnement existants. (TAHIR METAICHE. F, BENDIABDALAH. A, 2016, p224)

L'Algérie, n'est pas en reste. Les stratégies de développement adoptées aujourd'hui s'inscrivent dans une logique de diversification des économies. Les orientations politiques prennent en compte la nécessité de multiplier les programmes et politiques visant à la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Cet ensemble d'indicateurs témoigne d'une émergence progressive de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et confirme la tendance d'un développement de l'esprit entrepreneurial comme outil d'intégration socioéconomique de la femme algérienne. Concrètement, le potentiel qu'offrent les femmes algériennes dans la promotion de l'entrepreneuriat est encore largement inexploité. (TAHIR METAICHE. F, BENDIABDALAH. A, 2016, p22)

Selon les données de l'Office national des statistiques (ONS), le taux de chômage des femmes avoisinerait les 20% en moyenne ! Pour les diplômées de l'enseignement supérieur, les taux affichés sont plus déplorables : ils avoisinent

les 35%, allant jusqu'à 40% dans certaines régions. Parallèlement, le taux global de l'activité économique des femmes ne dépasse pas les 18% en 2015. Parlant d'entrepreneuriat féminin, la part des femmes chefs d'entreprise par rapport au nombre d'employeurs est de 6% seulement. Autrement chiffré, le nombre de femmes chefs d'entreprise est de l'ordre de 22 000 : le nombre de femmes inscrites au registre de commerce est de 8% uniquement. Selon cette étude de l'ONS, les femmes restent également en nombre faible dans les différents dispositifs et programmes sectoriels dédiés au soutien de l'emploi. Ainsi 7% seulement ont bénéficié du dispositif ANSEJ en 2011, 4% de l'Andi entre 2005 et 2011, et 1,6% parmi 3,6% d'elles ont profité de programmes dédiés à l'agriculture pour l'intervalle 2008-2010. (OUADAH REBRAB. S, 2003, p258)

Selon les données de l'ONS, il se situe à 19,4% en 2018, en légère augmentation par rapport aux années précédentes, pratiquement le double du taux concernant les hommes (9,9%). Le CREAD qualifie de contradictoire l'évolution de l'entrepreneuriat féminin, enregistrée au cours de la dernière décennie. Entre 2003 et 2018, le nombre des femmes entrepreneurs a connu une croissance de 60,1%. "Cette croissance sur quinze ans cache une évolution en dents de scie du poids de l'entrepreneuriat féminin". (RABHI. M, 2019, Site : consulté le 29/03/20)

1.4/ L'importance de l'entrepreneuriat féminin :

L'un des aspects pertinents de l'entrepreneuriat féminin est le fait qu'il est une importante source de croissance. La femme entrepreneur crée de nouveaux emplois pour elle-même et pour les autres, et surtout fournit des biens et services pour satisfaire des besoins multiples. En réalité, la littérature met en évidence l'impact positif de l'entrepreneuriat féminin sur le développement socioéconomique. Cet impact comprend la création d'emplois, la croissance économique, l'innovation et la diversité en entrepreneuriat. Selon Brush et al,

la population des femmes chefs d'entreprises est l'une des populations entrepreneuriales les plus croissantes au monde. L'entrepreneuriat féminin a pris une évolution croissante dans la plupart des pays industrialisés depuis une dizaine d'années, mais aussi dans les pays en voie de développement, avec souvent des caractéristiques spécifiques (micro entreprises). Il est maintenant plus visible que l'entrepreneuriat au féminin crée de l'emploi et contribue à la création de richesse dans toutes les économies (Brush et al, 2006). Les femmes entrepreneurs contribuent au développement économique en créant non seulement des emplois mais aussi des richesses. (HIRMANE. M, 2017, p9)

1.5/ Les structures d'aide à la création d'entreprises en Algérie :

Dans le cadre de libéralisation de l'économie nationale, l'Etat a mis en place plusieurs dispositifs dans le but de faciliter la création d'entreprises, en fonction des situations des porteurs de projets, les principaux dispositifs sont : l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ), la caisse nationale d'assurance chômage (CNAC) et l'agence nationale de gestion des microcrédits (ANGEM)...etc.

➤ L'Agence Nationale pour le soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

Créée en 1996 et mise en place en 1997, elle est aujourd'hui représentée à l'échelle nationale à travers ses 53 antennes pour un rôle essentiel à savoir : le soutien à l'emploi de jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet âgés de (19 à 35-40 ans) par l'aide à la création de micro-entreprises orientées plutôt vers l'artisanat et la TPE pour des montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions. De plus, l'ANSEJ encourage toutes formes d'actions et de mesures de conseil, d'accompagnement et d'assistance financière et technique. (MEZIANE. A, 2015, p35)

➤ **Agence Nationale de Gestion des Microcrédits (ANGEM):**

Elle a été créée en 2003 visant l'intégration sociale et économique des populations les plus démunies sans revenu ou à revenus instables et irréguliers notamment les petits artisans, travailleurs à domicile, femmes au foyer, ... qui souhaitent créer une activité de production de biens et services. La mission principale de cette agence est le financement par microcrédit. Par ailleurs, elle propose également des conseils et un accompagnement dans la mise en œuvre de l'activité et l'octroi des crédits. (MEZIANE. A, 2015, p35)

➤ **La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC):**

Elle a été créée en 2003 destinée aux chômeurs âgés de 35 à 50 ayant déjà une certaine expérience professionnelle et veulent devenir entrepreneurs. En effet, son objectif principal est la réinsertion et la prise en charge des personnes renvoyées dans le cadre de la restructuration du système productif. Au cours de l'année 2012, la CNAC a conduit à la création de près 30 000 micro-entreprises qui auraient généré plus de 60 000 emplois grâce aux prêts qu'elle accorde à taux de 0% couvrant jusqu'à 25% du montant d'investissement plus les avantages fiscaux, la formation et l'accompagnement qu'elle propose aux jeunes chômeurs promoteurs. (MEZIANE. A, 2015, p36)

➤ **Il existe encore d'autres organisations d'appui telles que :**

Les Chambres Nationales de Commerce et d'Industrie (CACI), les Pépinières d'entreprises, les Centres de Facilitation, Fonds National de la Zakat, Fond National de Promotion des Activités Artisanales (FNPAAT), Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du Développement technologique (ANVREDET), Agence de Développement Social (ADS)...etc. (MEZIANE. A, 2015, p36)

2/ Femmes entrepreneures en Algérie en quelques statistiques

2.1/ le profil de la femme entrepreneures en Algérie :

L'absence d'études sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, implique un questionnement sur la réalité de ce phénomène. Anne Gillet (2003) propose une première classification du profil socioprofessionnelle de la femme chef d'entreprise algérienne, à savoir :

➤ **Femme issue d'une construction « familial » :**

Sont des femmes qui ont suivi peu d'études et qui ont travaillé dès leur jeune âge. Elles ont un parcours atypique. D'autres ont créé leur entreprise à un âge jeune, avec différent de la femme qui est issue d'une construction culturel familiale qui soutient la femme créatrice d'entreprise. (DIF. A, 2009, p33)

➤ **Femme héritière d'entreprise « Héritage entrepreneuriat d'entreprise » :**

Il s'agit de femme d'un certain âge, qui hérite de leurs maris et qui reprennent avec succès et compétences la direction de l'entreprise. Elles n'ont généralement pas suivi d'études. D'autres qui sont jeunes héritières de leur père et qui ont fait des études universitaires poussées arrivent à développer des pratiques de travail nouvelles. Pour Anne Gillet l'héritage constitue un moyen pour ces femmes d'être entrepreneures d'entreprise. (DIF. A, 2009, p33)

➤ **Jeune femme créatrice D'entreprises soutenue d'un réseau Familiale « Tradition familiale entrepreneuriale » :**

Ce sont des jeunes femmes qui se lancent dans la création d'entreprise dans le niveau d'étude se situe au baccalauréat. L'aide leur vient de la part du père et/ ou du mari (Qui a déjà une entreprise). Ces jeunes femmes ont créé Leur entreprise à partir des ressources financières personnelles et familiales (grâce aux réseaux sociaux). Anne Gillet décrit le soutien familial comme étant une tradition familiale entrepreneuriale. (DIF. A, 2009, p33)

- Femme et issues du milieu universitaire « un aboutissement logique des études »:

Certaines professions (exemple de professions libérales) sont un aboutissement logique de sein de parcours universitaire. Elles impliquent la création d'entreprise avec quelques salariés (cabinet d'étude ou juridique). Les jeunes femmes qui créent ces activités recourent à des économies personnelles ou à l'aide de la famille. (DIF. A, 2009, p34)

- Femme innovatrice « des idées nouvelles en rupture avec les parcours professionnels antérieurs »:

Ces femmes chefs d'entreprise développent des idées de produits ou de services nouveaux, et qui accompagnent et facilitent les évolutions des femmes en Algérie. Anne Gillet, cite l'exemple de celles qui ont développé les idées originales de rendre service aux femmes qui travaillent et n'ont pas le temps de préparer tous les repas selon un mode traditionnel, elles proposent ces produits avec une grande qualité. (DIF. A, 2009, p34)

- Femmes issues du milieu professionnel « la continuité d'expérience professionnelle dans un métier » :

Ce sont les femmes qui ont eu un parcours professionnel comme « ouvrière » dans une entreprise, et qui décident de créer dans le même domaine professionnel (exemple habilles traditionnels) ou celles qui ont eu un parcours d'études poussées (en économie et gestion) puis occupent un poste de cadre dans une administration commerciale. Anne Gillet précise que le choix de la création est le fruit de l'exercice d'un métier, d'une conviction sociale et des opportunités locales (atelier de tricot artisanal). (DIF. A, 2009, p34)

2.2/ L'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers quelques chiffres:

Selon les dernières statistiques de l'Association des femmes chefs d'entreprise Savoir et vouloir entreprendre (SEVE), notre pays comptait, en 2018, environ 150 000 femmes chef d'entreprise (hors professions libérales et activités agricoles) sur un total de plus de 1,96 million de chefs d'entreprise, soit 7,6% de la population d'affaires. Bien qu'elle demeure assez faible comparativement aux standards internationaux, africains en particulier, la tendance, toujours selon SEVE, serait à la hausse ; la création d'entreprises par les femmes en Algérie aurait progressé de 25% au cours de ces cinq dernières années. Aussi, un bond de 16% par rapport à 2015 et 23% par rapport à 2012. Plus de 13% de ces femmes seraient à la tête de PME et PMI. Or, en réalité, ce taux ne saurait dépasser les 3%. (Site : El Watan.com, consulté le 19.04.20)

Dans ces statistiques, si l'on s'est basé sur le nombre de registres du commerce, tout le monde sait que la pratique des prête-noms est très répandue dans notre pays. Nombre de mes consœurs s'accordent à dire que sur ces quelque 150000 femmes chefs d'entreprise, à peine 5000 les ont concrètement. Aussi, il suffit de quelques recherches pour s'apercevoir que le plus grand nombre d'entreprises se créent avec des registres de commerce portant sur des activités traditionnelles (pâtisserie, coiffure, couture, esthétique, artisanat...). (Site : El Watan.com, consulté le 23.04.20)

En Algérie, l'entrepreneuriat féminin est synonyme de coiffure, couture, production artisanale, garderie d'enfants, petits services ou pâtisserie, beaucoup de femmes tentées par l'aventure entrepreneuriale et porteuses de projets économiquement solides et prometteurs hésitent à s'y lancer et un nombre significatif d'entre elles renoncent en cours de route du fait de l'accès de plus en plus limité aux services financiers. (Site : El Watan.com, consulté le 19.04.20)

Les statistiques algériennes n'affichent que 17.42 % des femmes sur l'ensemble des entrepreneurs algériens. Le taux de féminité des projets financés par l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) est de 10 %. C'est presque la même moyenne de féminité des projets financés par la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), se situant autour de 11 % des financements dédiés aux femmes. Toutefois, l'ANSEJ avance qu'elle soutient annuellement la création d'environ 1200 micro-entreprises créées par des femmes sur les 8500 créations à travers le pays (soit près de 14 %). Jusqu'au 30 juin 2012, sur les 223437 projets dont elle a soutenu financièrement, près de 23302 ont été affectés aux femmes (soit 10 %) 9. D'un autre côté, les données afférentes à la CNAC, montrent que ce dispositif a financé à la même époque, 3689 projets destinés aux femmes contre 51622 aux hommes, soit un taux de féminité de 11 %. Les professions libérales féminines sont toujours dominantes (46 %), suivies par les services (22 %) et l'industrie (19 %). (TAHIR METAICHE. F, BEN DIABDELLAH. A, 2016, p224)

Ces statistiques montrent clairement, une certaine Volonté de la part de ces organismes afin de promouvoir et renforcer l'entrepreneuriat féminin en Algérie en leurs offrant un soutien financier.

Comme nous pouvons constater aussi la diversité de l'entrepreneuriat féminin en économie algérien (fonctions libérales, les services, industries). Selon une enquête réalisée par la fondation des femmes de l'euro militaire année, les femmes entrepreneurs algérienne s'orientent vers des secteurs dit : traditionnellement féminin, tels que les services à la personne, la vente de produits de bien-être, la couture, la confection et la vente de gâteaux.

Cependant, nous observons, une inégalité de projets destinés aux entrepreneurs, Les femmes sont moins touchées par le financement que les hommes, cela s'explique peut-être par la nature de projet qui sont choisies par les femmes entrepreneurs, ces dernières crée et gère des entreprises dans le secteur

différent de ce qu'ils choisissent les hommes, l'ancien tu es où, ma taille des entreprises dirigée par les femmes, non carrément un manque d'expérience de la gestion de la part des femmes et une réticence à prendre des risques.

3/ Processus de création de l'entreprise artisanale

Un artisan traverse plusieurs étapes pour créer son entreprise. Il doit définir un projet viable, s'intéresser à la réglementation de la profession choisie (et les diplômes requis) mais aussi choisir un statut juridique adapté à l'activité. Le centre des formalités compétent pour une création d'entreprise artisanale est la Chambre des Métiers. Pour ce faire, il faut au minimum avoir assisté au stage de préparation à l'installation ou faire une demande de dispense. Il est bon de savoir que des aides financières peuvent être accordées à l'artisan. (Site : Agence juridique-crédation-d'une entreprise artisanale, consulté le 27/03/20)

3.1/ Les étapes de création :

➤ L'idée de départ :

Avoir l'idée de créer une société artisanale est la première étape, mais encore faut-il transformer cette idée en un projet viable. Il faut s'intéresser au marché local du secteur artisanal dans lequel l'artisan souhaite se lancer.

➤ Le business plan :

Est le document qui va accompagner et convaincre les futures partenaires économiques de la fiabilité du projet d'une personne. Il comporte des simulations de ses bénéfices ainsi que la stratégie mise en place afin de faire prospérer la société (par exemple). il permet de se faire une idée sur la rentabilité du projet. (Site : Agence juridique-crédation-d'une entreprise artisanale, consulté le 27/03/20)

Il est important de faire preuve d'imagination et de créativité afin de réaliser son projet entrepreneurial. En effet, pour qu'une idée marche il faut qu'elle soit unique et qu'elle réponde aux besoins de plusieurs clients. Il est important d'effectuer une étude de marché pour réaliser son business plan il est essentiel de monter un business plan qui vous permettra de fixer la rentabilité de son futur projet. C'est l'ensemble de ces données récoltées qui fixera si le projet est intéressant et qu'il attirera des investisseurs. (Site : Agence juridique-crédation-d'une entreprise artisanale, consulté le 27/03/20)

➤ **La réglementation :**

Lorsque l'artisan souhaite ouvrir son entreprise, une des premières questions à se poser est « est-ce que cette activité est réglementée ? » Elles ne le sont pas toutes mais certaines, comme celle dans le bâtiment demandent un diplôme pour chaque corps de métier. Il est impératif de fournir le diplôme ou la qualification professionnelle lors de la demande d'immatriculation de la société. Sans cela, le greffe du tribunal de commerce refusera d'immatriculer. (Site : Expert-comptable.com-crédation-d'une Entreprise artisanale, consulté le 27/03/2020)

➤ **Le financement du projet capital social :**

Qu'importe la forme juridique, le capital social devra être crédible auprès des parties prenantes de l'entreprise. Il est fréquent que le chef d'entreprise ne dispose pas de ressources nécessaires dans son patrimoine personnel pour lancer son activité. C'est pourquoi, il doit trouver plusieurs solutions afin de financer son projet et d'effectuer des apports (numéraire ou en nature) dans son capital social. En règle générale, les dirigeants se tournent en premier vers les banques comme premiers investisseurs. (Site : Agence juridique-crédation-d'une entreprise artisanale, consulté le 27/03/20)

➤ **La rédaction de statuts juridiques:**

La rédaction des statuts juridiques est essentielle pour toute création d'entreprise, elle regroupe plusieurs informations juridiques concernant l'entreprise qu'un artisan veut créer. Ces informations seront considérées comme la première fondation de votre entreprise:

- Le nom de l'entreprise artisanale
- La forme juridique de l'entreprise artisanale.
- Le nom des associés que leurs apports : numéraire (argent) ou en nature (biens meubles ou immeubles).
- Le montant du capital social
- Le siège social de l'entreprise.
- Enfin l'objet social de l'entreprise artisanale.

(Site : Agence juridique-crétion-d'une entreprise artisanale, consulté le 27/03/20)

4/ Caractéristiques des entreprises créées par les femmes Algériennes :

L'intérêt croissant pour l'entrepreneuriat féminin est lié à son rôle et à sa place très importante dans le développement économique et social à travers la création d'emplois, de revenus, et de richesses. Yunus (2007) montre que la contribution des entreprises dirigées par les femmes est un moyen efficace pour la lutte contre le chômage dans son pays. En effet, l'émergence de ce type d'entreprises a considérablement contribué à la diminution de la pauvreté dans les zones rurales du pays. (BELAIDI. A, 2016, p38)

Les entreprises des femmes entrepreneures seraient plus petites que celles dirigées par des hommes, tant en termes d'indicateurs financiers que du nombre de salariés. Leurs taux de croissance se révéleraient aussi assez faibles, ce qui

serait à mettre en lien avec leurs secteurs d'activités. En effet, les entreprises des femmes sont plus présentes dans le secteur des services et de la vente au détail (Global Entrepreneurs-hip Monitor, 2010 ; Saleh, 2011 ; Tahir-Met aiche, 2013). Les choix en termes de secteur et de taille sont liés à des préférences personnelles, à l'expérience antérieure, à des contraintes financières, mais aussi à une construction de leur projet autour d'une vision traditionnelle des compétences, connaissances et rôles sociaux féminins. (CONSTANTINIDIS. C, EL ABOUBI. M, SALMAN. N et CORNET. A, 2017, p41)

Tous les auteurs précités sont unanimes, les entreprises détenues par des femmes sont souvent plus récentes (donc plus jeunes) que celles des hommes. La constitution en société est beaucoup plus rare chez les femmes ; elles préfèrent demeurer propriétaire unique, contrairement aux hommes. Elles optent plus souvent pour le statut d'indépendant (personne physique) que pour la constitution en société (personne morale). Elles travaillent souvent seule (51,2%). 42,75 % ont de 1 à 10 salariés. On est donc majoritairement dans le monde des TPE (très petite entreprise) et des micro-entreprises. (CORNET. A, CONSTANTINIDIS. C, 2004, p194)

Le centre de recherche sur les PME (Lambrecht et Pinay, 2003) attribue cette caractéristique de taille, non pas au fait que l'entreprise soit gérée par une femme, mais au secteur d'activité et au niveau de formation de l'entrepreneure. Ainsi une entreprise dans le secteur des services engagera moins de personnes qu'une entreprise dans le secteur industriel. Le facteur, le plus fréquemment évoqué par les femmes entrepreneures pour expliquer la petite taille de leurs entreprises, est le coût de la main-d'œuvre. Des traits de caractère peuvent également jouer un rôle : on voit dans plusieurs interviews une volonté de garder son autonomie et son indépendance, des difficultés à déléguer ou encore le désir de continuer à exercer son métier de base et à rester en contact direct avec la clientèle. Elles semblent, par contre, développer des formes d'organisation du

Travail basées sur des partenariats d'affaires. (CORNET. A, CONSTANTINIDIS. C, 2004, p194)

L'influence de la taille sur la performance de l'entreprise et sur ses perspectives de développement a été largement étudiée par Louise St Cyr qui en déduit que ce facteur pénalise les femmes en regard des possibilités de financement : « Les entreprises des femmes semblent se trouver dans un cercle vicieux où la petite taille de leur entreprise restreint leur accès au financement institutionnel et où le manque de financement restreint les possibilités de croissance des entreprises». (CORNET. A, CONSTANTINIDIS. C, 2004, p194)

Les femmes adoptent des modes de gestion souples contrairement aux hommes et privilégient la participation et le partage du pouvoir. Leurs objectifs sont portés moins sur la croissance de la taille de l'entreprise car elles développent une plus grande aversion au risque. La majorité des entreprises détenues par des femmes sont de petite taille, des TPE (très petites entreprises) exerçant dans le secteur services où la clientèle est constituée essentiellement par des particuliers (ménages). Pour Bates (2002), à titre d'illustration, les chiffres d'affaires des petites entreprises détenues par des femmes aux USA en 1992 représentaient le tiers (1/3) de leurs homologues masculins. (OUKACI. M, 2014, p02)

5/ Difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures Algériennes :

Selon plusieurs recherches académiques, la motivation pour entreprendre est le résultat de la recherche d'une certaine autonomie : posséder sa propre entreprise, réaliser un rêve ou disposer de sa propre source de revenus ont été les raisons exprimées par les femmes participantes aux groupes de discussion pour entreprendre. En général les femmes ont parlé de l'excessive bureaucratie pour

les affaires et des lenteurs dans le traitement des dossiers, ce qui est propre au contexte algérien mais qui peut impacter de manière plus aigüe les femmes dû à leur plus grande pénurie de temps et responsabilités familiales. Elles ont aussi identifié plusieurs obstacles et contraintes lors de leurs parcours entrepreneuriaux : l'absence de soutien et d'accompagnement spécifique et adapté, l'accès aux marchés et à l'information, l'accès au financement et finalement des contraintes sociales et culturelles. (DJOUAD. N, 2017, p36)

À propos des stratégies d'affaires des femmes entrepreneures, la littérature pointe les difficultés qu'elles rencontrent en matière de financement. En général, les femmes préfèrent financer le lancement de leurs entreprises grâce à leurs ressources propres plutôt que de faire appel aux acteurs du marché (Cohn et Coleman, 2005 ; Kwong, Evans et Thompson, 2012 ; Logan, 2012). Ce choix serait lié à leurs secteurs d'activités et à la petite taille de leurs entreprises. Les femmes entrepreneures s'avèrent également moins bien intégrées dans les réseaux d'affaires traditionnels, historiquement créés par et pour des hommes. Cela expliquerait pourquoi plusieurs d'entre elles se tournent davantage vers des réseaux d'affaires féminins. (CONSTANTINIDIS. C, EL ABBOUBI. M, SALMAN. N et CORNET. A, 2017, p41)

L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets :

Les femmes entrepreneures ont relevé l'absence d'accompagnement et de suivi une fois l'entreprise créée. Il s'agit de services tels que le conseil spécialisé (marketing, juridique, financier, fiscale, etc.), la formation, le coaching et le support des paires. Cet accompagnement est très minime et lorsqu'il est offert, il n'est pas adapté aux besoins des femmes. Ces dernières essayent de développer et renforcer des relations avec les associations d'entrepreneurs et des organismes publics et / ou des consultants afin de pouvoir fournir des services de qualité sur le marché. (BESSOUH. N, 2018, p23)

L'accès au marché et à l'information :

Les femmes entrepreneures soulèvent aussi l'insuffisance de l'accompagnement dans l'accès au marché et les difficultés liées à la recherche de l'information. Il est facile de créer une entreprise mais l'analyse et l'accès au marché restent très difficiles pour les femmes entrepreneures algériennes. L'absence de données, la méconnaissance du système administratif et la difficulté d'obtenir des informations fiables supposent des contraintes majeures pour le développement et l'épanouissement des entreprises des femmes. (BESSOUH. N, 2018, p23)

L'accès au foncier :

Les femmes entrepreneures se trouvent confrontées aussi aux difficultés d'accès au foncier dans les zones d'activité. Certaines entrepreneures reprochent à l'administration de ne pas accorder d'intérêt à leurs projets sous prétexte qu'ils sont de petites tailles. Cette exclusion fragilise leurs activités et réduit leurs opportunités de croissance. (BESSOUH. N, 2018, p24)

L'environnement culturel :

Les contraintes liées à la conciliation entre la vie professionnelle et les responsabilités familiales, ainsi que les pressions de la société traditionnelle, freinent le développement et l'épanouissement de l'activité féminine. Les préjugés et stéréotypes culturels sociaux et traditionnels exercent une pression sur les femmes malgré les progrès enregistrés dans le système juridique et institutionnel algérien. Aujourd'hui, tous les chercheurs qui ont traité la problématique du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie sont unanimes pour affirmer que les facteurs de contingence (l'environnement socioculturel) jouent un rôle fondamental dans le blocage à l'émergence de la femme dans la sphère économique. (BESSOUH. N, 2018, p24)

L'accès au financement :

Nombreuses sont les entrepreneures qui déclarent avoir lancé leurs entreprises à partir d'un capital initial personnel ou familial, souvent très réduit. Le nombre de femmes bénéficiaires des dispositifs publics créés pour faire face aux problèmes du chômage (ANSEJ, CNAC) ne représente que 10% du nombre total. Certaines femmes déclarent que ces dispositifs publics ne sont pas adaptés au profil de la femme entrepreneure algérienne qui souvent se lance dans l'entrepreneuriat après avoir acquis une certaine expérience professionnelle. Elle cherche ainsi à concilier leur vie personnelle avec leurs aspirations professionnelles. Les retards accumulés dans le traitement des dossiers est une autre mesure décourageante pour les femmes car, entre-temps, elles demeurent au chômage. Elles estiment aussi que les banques, qui devraient développer des outils financiers adaptés aux besoins et réalités féminines, ne sont pas attentives aux doléances des promotrices et ne les soutiennent pas. (BESSOUH. N, 2018, p24)

Le problème de la formation :

Le besoin de formation est ressenti comme très utile, notamment quand elle porte sur des concepts techniques précis et immédiatement opérationnels. L'identification préalable des besoins en formation en fonction des groupes de femmes et leurs projets, paraît comme un passage incontournable pour la réussite, des formations actions, alliant formation et conseil, seraient appropriées. Toutefois des formations à la conduite de l'entreprise et au rôle du dirigeant, utilisant les échanges d'expériences, semblent être jugées importantes par certaines femmes, ceci dans la perspective de renforcer les capacités à entreprendre. Au cours de la gestion quotidienne, les femmes algériennes, signalent leur besoin en termes d'aide et formation à différents niveaux de leurs structures. (DEBBIH DEMMENE. Z, 2015, p29)

Ces besoins sont surtout liés à leurs habiletés managériales. Elles se voient incapables de relever les défis de la mondialisation et l'ouverture des marchés sans des aides provenant des opérateurs économiques nationaux et internationaux. En regard des secteurs d'activité et la taille des entreprises dirigées par ces femmes, ces appréhensions apparaissent légitimes. (DEBBIH DEMMENE. Z, 2015, p29)

D'après toutes les difficultés que nous avons énumérées dans cet élément, nous pouvons conclure que le parcours d'une femme entrepreneure est un parcours de combattant, parsemé d'obstacles divers. Cela rend l'acte d'entreprendre encore difficile et fait de la femme qui le concrétise une superwoman (une super femme).

Conclusion du chapitre

Nous constatons à travers ce chapitre, que les femmes entrepreneurs ont une place importante dans les activités artisanales algériennes du fait que ce type d'activité est accessible pour elles, et le plus important pour ces femmes entrepreneurs Algériennes, c'est de prouver leurs aptitudes et compétences, au-delà du désir de révolte contre la culture locale et la position traditionnelle de la femme dans la société et cela malgré toutes les difficultés rencontrées.

Partie pratique

Chapitre V :

Analyse et interprétation des données de la pré-enquête

Préambule

Dans ce dernier chapitre nous allons présenter la pré-enquête que nous avons réalisé en décembre 2019, à la wilaya de Bejaia sur quatre femmes entrepreneures pâtissières, dont l'objectif est d'avoir une idée sur notre terrain d'enquête, recueillir des informations sur notre sujet et d'avoir quelques réponses à nos questions en parlant de (l'idée de création, motivations, difficultés, l'équilibre entre travail et famille...) ce qui nous permettra de préciser notre problématique et formuler nos hypothèses.

Nous allons commencer par le déroulement de la pré-enquête, la présentation de nos enquêtées, présentation de leurs parcours avant et après la création et nous terminons par une analyse des informations obtenues.

1/ La pré-enquête :

Notre pré-enquête s'est déroulée pendant le mois de décembre, elle a duré presque une semaine, pour atteindre les objectifs suivants :

- Avoir une idée sur notre terrain d'enquête, et pour voir aussi si notre thème est faisable sur le terrain.
- Préparer la population d'étude, en essayant d'obtenir le consentement des femmes créatrices d'atelier de fabrication de gâteaux avec qui on va faire les entretiens.

Donc on a pu effectuer quatre entretiens exploratoires avec quatre femmes pâtissières entrepreneures à Bejaia ville, nous avons donné une liberté à ces femmes de s'exprimer et de parler de leur métier. Ces dernières ont donné une certaine importance au thème et elles ont parlé beaucoup plus sur les motivations qui les ont poussés à créer, et les difficultés vécues avant pendant et après la création de leur entreprise.

Cette pré-enquête nous a permis de délimiter notre thème, de clarifier la problématique, de préciser les hypothèses, ainsi que la méthode et les techniques à utiliser.

2/ Présentation des enquêtées

La 1ère enquêtée :

Il s'agit d'une femme entrepreneure âgée de 43ans, célibataire, ayant un niveau d'instruction universitaire qui s'est conclu par un master en psychologie.

Créatrice d'une entreprise de fabrication de gâteau traditionnel depuis l'année 2007, l'idée de création lui est venue en observant et en aidant sa maman depuis sa tendre enfance, ce qui lui a permis d'acquérir une expérience et un savoir-faire familial combiné à une formation technique supérieure en gâteaux orientaux, débouchant à un diplôme qui lui ouvre d'autres perspectives à la création de sa propre entreprise.

Visant par cela une autonomie financière et une reconnaissance sociale de renommée locale « je cherche à avoir l'identité professionnelles, et que les gens me connaissent » dit-elle.

Pour la réalisation de son projet, il y'avait l'encouragement de ses parents d'un côté, et a trouvé l'aide financière nécessaire auprès de son frère de l'autre côté, qui s'est occupé de l'achat du matériel adéquat à sa future profession, et aussi du local pour qu'elle puisse se lancer dans le travail surtout les (3) trois premiers mois.

Notre enquêtée nous a fait part les difficultés qu'elle a pu rencontrer en affirmant que c'est par le soutien de son frère qui s'est occupé aussi de ce qui concerne les papiers administratifs. Mais les vraies difficultés sont apparues quelques temps après le lancement de l'entreprise, qui sont d'ordre sanitaire, ayant découvert quelles était atteinte de « sclérose- en- plaque », du coup son

médecin lui formellement interdit d'être en contact direct avec la chaleur, cela ne l'empêche pas de continuer à travailler, et trouvant le juste équilibre entre sa vie professionnelle et sa vie personnelle, étant célibataire et à proximité de son local de travail

La 2^{ème} enquêtée :

Une femme entrepreneure âgée de 36 ans, mariée ,avec 4 enfants à sa charge, avec un niveau d'instruction 4^{ème} année secondaire (9^{ème} année), ayant 5ans d'expérience dans le domaine de confection de gâteaux traditionnels, son entreprise est composée de 3 femmes salariées.

Son engouement pour les gâteaux traditionnels, a pu se transformer en une création d'entreprise après qu'elle soit attirée par une annonce diffusée par l'ANGEM, qui avait pour but d'aider et financer les femmes rurales intéressées d'incorporer le monde de l'artisanat, pour seule condition, passer obligatoirement par un stage afin de démontrer ses aptitudes dans le domaine concerné qui est les gâteaux, et par là obtenir une carte d'artisan.

« Le sésame entre les mains » dit-elle, elle décide enfin d'ouvrir son propre atelier, trouvant l'aide financière nécessaire auprès du dispositif choisi en acquérant le matériel nécessaire pour débiter son activité tant espérée, en lui accordant une aide estimée à 700 milles de dinars, rajoutant à cela la vente de ses bijoux en or pour acheter ce qui manque comme ustensiles, et matières premières (farine, beurre, ...etc.), et travaux d'aménagement du local qu'elle a loué. Etant une femme dynamique, ce qui l'a motivé le plus, c'était sa soif d'indépendance financière et aiguiller sa passion pour un but lucratif et du coup, améliorer son niveau et mode vie.

Notre enquêtée était aussi fortement entourée et encouragée à la réalisation de son projet « tu devrais te lancer dedans... tu es faite pour ça... tu as de l'or entre

les mains... tu réussiras avec le don que tu as » lui disent elle, dont son mari qui a pris à sa guise les frais de location en payant un an d'avance.

N'empêche, avant qu'elle ne puisse arriver à tout cela elle affirme : « j'ai rencontré quelques problèmes, surtout dans le rassemblement des papiers administratifs nécessaires pour compléter mon dossier de demande d'aide de l'ANGEM » dit-elle, et même après l'aide qu'elle avait perçue, ça paraissait peu pour faire face à la concurrence qui était déjà là avant elle, surtout concernant le local.

La femme entrepreneure interviewée, nous a partagé sa situation qui se résume à essayer de gérer travail et ménage, ou elle nous affirme que pendant l'hiver c'était mieux gérable que l'été dans le sens ou pendant l'été il y a toujours une surcharge de demande de gâteaux étant la période propice aux fêtes et aux mariages. Et face à ces imprévus elle fait appel à son entourage, plus particulièrement sa belle-mère pour garder ses enfants, surtout celle en bas âge « J'essaye de m'en sortir par tous les moyens » dit-elle.

La 3^{ème} enquêtée :

Place aux jeunes femmes entrepreneures, âgée de 24ans, célibataire, a fait des études jusqu'en 4^{ème} année secondaire, créatrice d'un atelier de fabrication de gâteaux traditionnels avec un an d'expérience dans le domaine.

Elle nous a confié qu'elle avait arrêté les études, elle décide de faire un stage de couture sous les conseils de sa mère étant elle-même couturière, après quelques temps de formation et de stage elle ne se sentait pas dans son élément « Je sentais qu'au fond de moi que j'étais attirée par autre chose, et que ce n'était pas mon truc, ni mon monde, pourquoi pas les gâteaux ! » nous a-t-elle dit.

Après le changement de domaine, elle a fini par aimé ce que elle faisait, en poussant sa formation entre théorie et pratique tout au long de deux années, obtenant à la fin un diplôme décerné par le CFPA, et décidant de se perfectionner encore plus en allant faire un stage chez une dame qui n'était nul autre que sa voisine, cette dernière était connu pour ses réalisations et son ancienneté, tout en travaillant chez cette dame, elle a pu accéder au-dessous du métier (comme le savoir-faire, les bénéfices énormes que ce travail engendre et la reconnaissance sociale), après ça , notre enquêtée se rend compte du potentiel quelle avait acquise pour faire pareil, et c'est à partir de là qu'elle a eu le déclic et la motivation nécessaire pour pouvoir créer sa propre entreprise.

Pour rassembler le fond nécessaire à la réalisation de son projet, « j'ai décidé de faire appel à mon entourage, puisque je ne faisais pas confiance aux établissements externes » nous confie-t-elle, dont elle a trouvé l'aide auprès d'une personne dont elle ne veut pas divulguer son identité, cette personne l'a financé du début jusqu'à la fin, même du coté de papiers administratifs.

Etant célibataire, et n'ayant pas des personnes à charge, lui a permis de se consacrer totalement à son travail en lui étant dévoué. Notre enquêtée nous confirme avec fierté qu'elle avait pu réaliser son rêve, et d'avoir pu réussir sur toute la ligne, en rendant son quotidien beaucoup plus confortable, et sa vie sociale plus reconnue par rapport à son don de fidéliser sa clientèle en misant aussi sur le relationnel, surtout, dès qu'elle a fait appel aux réseaux sociaux en mettant sa boîte en ligne, et le succès ne se faisait pas attendre, avec plus de clientèle et plus de commande et encore plus de demande : « je suis heureuse » nous a-t-elle dit.

4ème enquêtée :

Femme entrepreneure âgée de 44ans, mariée, et ayant un enfant, avec un parcours scolaire qui s'est arrêté en terminal branche scientifique après l'échec de son bac, elle poursuivait une formation de technicienne en informatique juste après, ce dernier de lui permis d'obtenir un poste de travail à l'APC de Bejaia pour une durée de 3ans.

Négligeant pas sa passion pour la fabrication de gâteaux : « même avec le travail que j'ai, les gâteaux reste ma passion première, puisque je baignais dedans depuis ma tendre enfance, je confectionnais des gâteaux chez moi, dans mon temps libre, destinés aux voisins, aux proches, généralement dans les occasions, ce qui m'a incité le plus à viser plus grand ».

Notre enquêtée est restée sur cette cadence un bon bout de temps, l'idée lui ait venue de vouloir concrétiser son projet quelle voulais réaliser étant plus jeune, sachant que son mari était contre, en lui disant que s'immiscer dans le commerce n'était pas chose facile, et surtout risqué, mais de l'autre part, elle a pu compter sur le soutien de ses parents et de sa belle-famille, qui n'ont pas cessé de l'encourager et à la motiver à se lancer dans la création de son entreprise.

Mais ce qui la motivé encore plus, c'est de démontrer à son mari qu'elle en serait capable, et qu'elle y parviendrait malgré le risque encouru, après ses arguments pour atteindre ses objectifs, tels que s'entraider financièrement et trouver une autre alternative à son travail qui est de type contractuel, son mari finit par céder.

Et pour se perfectionner encore plus, elle décide de faire une formation de gâteaux traditionnel qui a abouti à un diplôme qui lui permettra d'ouvrir et de créer son entreprise, après l'obtention de ce dernier, elle fait appel à un établissement de financement qui est la CNAC en prenant compte que c'est son

mari qui s'est occupé de dossier, en plus de l'argent qu'elle a pu économiser durant son ancien travail, et aussi de l'argent qu'elle a pu rassembler de son mariage pour acheter tout ce qu'il faut, même son beau-frère lui prêté main forte pour obtenir le registre de commerce et par cela débiter sa toute nouvelle activité commerciale.

Pour la réalisation de son projet, elle était confrontée à quelques petits soucis, qui se résument à l'obtention de la carte bleu de l'artisanat pour avoir un agrément et le permis d'exercer, qui a duré presque 2ans, et de l'autre, en voulant un local, le propriétaire ne jugeait pas utile de faire un bail de location en essayant d'éviter de payer sa part chez le notaire préférant tout faire « au noir ».

Malgré ces petites complications, elle a pu arriver à bon port, commençant à travailler, avoir de la clientèle qui ne cesse de s'accroître. Elle a affirmé que : « Après 4 ans dans ce domaine et au jour d'aujourd'hui, je gagne très bien ma vie et je suis fière de mon parcours malgré les difficultés, étant sûr de moi et de ce que je veux et de la position positive qu'a pris mon mari envers ce que je fais et ce que je suis devenue aujourd'hui ».

Pour équilibrer entre le travail et la famille, notre enquêtée improvise des solutions pour en profiter aux maximum, pour qu'il n'y ait pas de négligence comme par exemple, préparer la pâte dans l'atelier et la garnir chez elle à la maison quand il y a une surcharge de commande généralement en été et période estivale, aussi en s'accordant des journées de repos pour les passer à la maison, s'occuper de sa petite famille et bien sûr en assurant ses arrières en confiant la tâche à ses deux employées de gérer la boîte en son absence : « la véritable consécration, et de faire ce que l'on aime » nous dit-elle , on comprend donc que d'après le parcours de notre femme pâtissière « quand on veut on peut ».

3/ Analyse des résultats

A travers le récit de nos enquêtées, nous avons pu déceler que ce qui a permis et favorisé la convention personnelle vers la création d'un atelier ou d'une entreprise de gâteaux était la « passion » et « l'amour du métier » que recèlent ces femmes.

On remarque aussi que les femmes entrepreneures avec qui nous nous sommes entretenues, ayant une moyenne d'âge comprise comme suit : 43ans, 44ans, 34ans, 24ans, avec un niveau intellectuel partant de 4^{ème} année secondaire, jusqu'au master, toutes se rejoignent sur le même principe qui est, d'orienter leurs actions vers un futur désiré, qui n'est ni l'autre que de créer sa propre entreprise, en revisitant le présent pour l'élaboration d'un futur avec une touche d'autonomie commerciale.

On a pu étayer aussi, que chacune de ces femmes entrepreneures par les aides perçus, et de la façon avec laquelle elles y sont parvenues, et par leurs motivations authentiques, ont su parvenir à leurs fins, très clairvoyantes dans l'idée de mettre à leurs portées tous les atouts nécessaires, tels que les moyens financiers, soutenues par leurs familles, mettre à profit leur niveau d'éducation et leur niveau social, orientant toutes leurs actions vers un avenir tant désiré et tant souhaité.

Nous avons observé aussi que nos quatre interviewées étaient confrontées à des complications et des problèmes au cours et même avant la création de leurs entreprises, elles ont pu planifier différentes solutions pour sortir de cette situation inconfortable chacune d'elle à des degrés différents. En se fiant à des alternatives possibles et de réflexion positive et de réévaluation de leurs situations, se saisissaient des options et opportunités délaissées en marge.

De ce fait, nous pouvons dire que pour ces femmes entrepreneures, la passion et l'amour de leurs activités jouent un rôle d'incubateur dans la reconversion professionnelle étant nouvelle mariée, femme au foyer, célibataire, et même ayant déjà un travail dans un tout autre domaine et aussi de féliciter leurs volontés extraordinaires et leurs mobilisations qui se sont transformées en actions qui leurs ont permis de réaliser leurs rêves.

Conclusion du chapitre

Notre pré-enquête nous a permis de connaître les caractéristiques personnelles des femmes pâtissières entrepreneures à savoir : l'âge, région, niveau d'éducation, et la situation familiale (Nos femmes interrogées s'inscrivent dans le secteur artisanal qui est la pâtisserie et la pratique des gâteaux traditionnels, leurs âge varie entre 24ans et 44ans, avec un niveau moyen, situations maries et d'autres célibataires), aussi elle nous a permis de connaître la situation de ces femmes interrogées lors de la création de leurs ateliers.

On comprend qu'il n'y a pas d'âge idéal pour créer une entreprise, il n'y a pas de niveau d'instruction exigé, il suffit juste d'avoir cette volonté de créer une entreprise. On a compris que ce n'est pas tout le monde qui a cette chance de faire ou bien de continuer les études mais toute personne peut faire des formations pour acquérir un savoir-faire et savoir être afin de viser loin dans la création et la réalisation d'un projet et pour assurer cette réussite il faut pouvoir faire face aux difficultés qu'on peut rencontrer.

Conclusion générale

Encore une recherche universitaire qui s'ajoute au domaine de l'entrepreneuriat féminin, portée sur la trajectoire socioprofessionnelle des femmes pâtissières créatrices d'entreprises artisanales, spécifique à la fabrication de gâteaux traditionnels dans la région de Bejaia. Cette étude avait pour ambition de connaître l'effet de parcours socioprofessionnelle des femmes pâtissières entrepreneures sur le processus de création, ainsi que leurs motivations sociales ou professionnelles soient-elles, qui les ont poussés à se lancer dans la création.

Mais pour des raisons qui sont liées à la pandémie actuelle (covid -19), nous étions dans l'incapacité de réaliser des entretiens avec ces femmes pâtissières, donc nous avons pris en considération seulement l'analyse des quatre entretiens exploratoires que nous avons réalisés au début de notre étude.

Même s'il est incomplet, ce travail permet de tirer certaines conclusions, certes impossibles à généraliser, mais, qui indiquent tout de même une tendance en matière d'entrepreneuriat féminin. Les résultats de notre étude exploratoire montrent bien que les quatre femmes ont mobilisé leurs réseaux (familial et social) ce qui signifie que le soutien familial est essentiellement apporté par le père, mais aussi par les frères qui investissent dans leur projet professionnel, dans le prolongement du soutien donné pour la réalisation des études.

La démarche de la création d'entreprise dans le domaine de pâtissier est motivée par le souhait et la volonté de se réaliser au plan personnel, autrement dit, la décision d'entreprendre est le résultat d'une réflexion sur soi-même, et la création d'entreprise porte une signification symbolique forte, marquant le début d'une nouvelle vie pour ces femmes pâtissières.

Retenons, enfin, que l'importance pour soutenir l'entrepreneuriat des femmes ne réside pas seulement dans l'action des pouvoirs publics algériens, mais aussi, et avant tout dans une modification profonde des représentations sociales liées à la place des femmes dans la société et dans un rééquilibrage des

rôles et des fonctions domestiques au sein du foyer, Sans qu'elles négligent le côté professionnel qui est plus essentiel encore, car ces femmes pâtissières ont donnés une importance profonde à leur formation, diplôme et attestation étant donné que la formation est un facteur de développement, et d'avancement dans ce domaine, permettant l'acquisition de nouvelles connaissances à l'expérience qui est déjà un élément crucial, et une étape importante dans la réussite de leur projet, car elles renforce leur intelligence en terme de pratique , d'apprentissage, et de maitrise de recette de gâteaux .

Ces éléments d'approche professionnelle, motivent ces femmes en leur faisant découvrir les ficelles de cette profession, et d'avoir le courage et la volonté à vouloir créer. Rajoutons que le processus de création n'était pas chose facile, mais les enquêtées émergent malgré les difficultés et les contraintes qui les ont empêchés de concilier entre vie personnelle et professionnelle et ou chacune essaye de les résoudre hâtivement.

Les femmes pâtissières sont considérées telle une partie intégrante dans la prolifération sociale et économique dans la wilaya de Bejaia, en créant de l'emploi elles font diminuer excessivement le taux de chômage, et elles participent à un épanouissement économique lucratif de leur pays, de leurs ménages, et de leur statut. Ces femmes-là devraient être prises pour exemple par leurs concitoyennes qui aimeraient faire pareil, c'est-à-dire adopter une approche entrepreneuriale typiquement « féminine » représentative d'un atout majeur de l'Algérie du futur.

En effet, les études sur ce secteur pourront mettre à contribution un regard mieux éclairé, et mieux avisé sur la réalité de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaïa. C'est pour cela que nous encourageons et nous proposons aux futurs étudiants en phase de préparer leurs mémoires, de mener des études, sur : La conciliation entre la vie professionnelles et familiale et la gestion de l'atelier de ces femmes pâtissières entrepreneures.

Liste des références

1. Arasti, Z. (2008). L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles. *Revue libanaise de gestion et d'économie*, 1(1), 1-29.
2. Aude, A. et Gabarret, I. (2016). Femme et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine. *Revue de l'entrepreneuriat*, 15(3), 87-107.
3. Adjout, S. et Arabi, K. (2014). *Les femmes entrepreneures : Caractéristiques personnelles et trajectoires socioprofessionnelles, cas de la wilaya de Bejaia*. (Thèse de doctorat, Université Mohamed Khider, Biskra). Repéré à http://me.univbiskra.dz/images/me_seminaire/2014/pdf_fr/smf214.pdf.
4. Agence juridique. Créer une entreprise artisanale : les étapes clés [En ligne]. Repéré à <https://agence-juridique.com/articles/creer-une-entreprise-artisanale#> Consulté le 27/03/2020.
5. BA, Alioune. (2006). Artisans sans frontières. *Revue marcher et organisations*, (1), 121-152.
6. Badia, B., Brunet, F. et Kertudo, P. (2013). Les freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin ; étude qualitative de créatrice d'entreprise dans l'agglomération de Nancy. *Revue recherche sociale*, 4(208), 7-57.
7. Barnier, L. M. (2007). L'expérience professionnelle au prisme du rapport de genre. *Revue cahiers de la recherche sur l'éducation et les savoirs*, 4(6), 219-233.
8. Benouret, N. (2019). Entrepreneuriat féminine en Algérie. [En ligne] Repéré à <https://www.elwatan.com/pages-hebdo/sup-eco/entrepreneuriat-feminin-en-algerie-la-frilosite-des-banques-mise-a-l-index-18-11-2019> Consulté le 19 avril 2020.
9. Bessouh, N. (2018). L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement en Algérie. *Revue cahiers économiques*, 10(1), 16-26.
10. Belaidi, A. et Himrane, M. (2016). L'entrepreneuriat féminin au Maghreb, étude comparative et analytique de déterminantes macros entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. *Revue des reformes Economique et intégration dans l'économie mondiale*, 11(22), 37-66.

11. Bernard, C. Le Moign, C. et Nicolai, J. P. (2013). L'entrepreneuriat féminin. PDF [En ligne]. Repéré à https://docplayer.fr/12849310-L-entrepreneuriat-feminin.html?fbclid=IwAR0C8NKA5sHkXVULEwHUpdHK3ZELg9_AiNWhImGQcGSzernH8_zGD629OY
12. Boufeldja, G. (2018, mai). *Les femmes entrepreneures en Algérie : contraintes culturelles et désir d'émancipation*. Communication présentée à la conférence : 7^{ème} journées George donut_ entrepreneuriat et société, Université de Québec à Montréal. [En ligne] Repéré à https://www.researchgate.net/publication/325253883_Les_femmes_entrepreneures_en_Algerie_Contraintes_culturelles_et_desir_d'emancipation.
13. Bouzekraoui, H. et Driss, F. (2016). Les facteurs enclenchés de l'entrepreneuriat féminin chez les étudiants universitaires. PDF [En ligne]. Repéré à https://www.cidegef.org/prochaines/kenitra/communications/BOUZEKRAOUI%20&%20FERHANE_ENCGT_Maroc.pdf
14. Boutilier, S. et Akrikpan Kokou Dokou, G. (2006). L'accompagnement familial à la création de PME : un mode de construction des compétences. *Revue marcher et organisation*, (2), 3-21.
15. Castelanne, Maitre chocolatier. (2016). Origine et évolution de la pâtisserie, la genèse [En ligne]. Repéré à <https://www.castelanne.com/blog/evolution-patisserie/> consulté le 17 /03/2020.
16. Constantinidis, C. EL Aboubi, M. Salman, N. et Cornet, A. (2017). L'entrepreneuriat féminin dans une société en transition : analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc. *Revue internationale P.M.E*, 30(3-4), 38-67
17. Cornet, A. et Constantinidis, C. (2004). Entreprendre au féminin : Une réalité multiple et des attentes différenciées. *Revue Française de gestion*, 4(151), 191-204.
18. Constantinidis, C. (2014). Femmes entrepreneures. *Revue presses de sciences po (P.F.N.S.P)*, 287-300.

19. Demmen Debbih, Z. (2015). *Le rôle de la politique publique dans l'encouragement de L'entrepreneuriat féminine en Algérie*, (thèse de doctorat inédite). Université Mohamed Khider, Biskra.
20. Droit-finances. Définition de PME [En ligne]. Repéré à <https://droit-finances.commentcamarche.com/faq/23913-pme-definition>. consulté le 15/03/2020.
21. Dictionnaire (2008). Dans *Dictionnaire Jobintree en ligne*. Repéré à <https://www.jobintree.com/dictionnaire/definition-motivation-95.html>.
22. Dif, A. (2009). *L'entrepreneuriat féminine cas de la Wilaya d'Oran* (thèse de doctorat inédite). Université d'Oran Es-senia.
23. Douceurs D'Algérie. (2017). Histoire de la pâtisserie Algérienne [En ligne]. Repéré à <http://gourmandises16 eklablog.com/histoire-de-la-patisserie-algerienne-a129838810> Consulté le 17/03/2020.
24. Djouad, N. (2017). *Femme entrepreneures : caractéristiques et accompagnement cas de quelques communes de la wilaya de Bejaia* (Mémoire de maîtrise inédite). Université De Bejaia.
25. Dany, F. (2002). *Cadres et entrepreneuriat, Mythes et réalité*. Paris : Edition les cahiers du gdr cadres.
26. Evolution de la pâtisserie [En ligne]. Repéré à http://cfa84patis.free.fr/histoire_de_la_patisserie_eleve.pdf. Consulté le 17/03/2020.
27. Fayolle, A. (2004). *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre*. Paris : Édition Dunod.
28. Fayolle, A. (2012). *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre* (2ème éd). Paris : Édition Dunod.
29. Fayolle, A. (2017). *Entrepreneuriat apprendre à entreprendre* (3ème éd). Paris : Éd Dunod.
30. Fayolle, A. et Verstraete, T. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'entrepreneuriat*, 4(1), 33-52.
31. Fournier, C. (2006). Artisanat et politique économique. *Revue marcher et organisation*, (1), 101-119.

32. Grosstti, M. et Reix, F. (2014). Parcours biographique et carrière entrepreneuriales. *Revue les presses de sciences po*, 413-432.
33. Gillet, A. (2008). *PME, Emploi et Relation sociale entrepreneuriat des femmes en Algérie : des dynamiques entre traditions et innovation*. France-Maghreb : Ed L'Harmattan.
34. Himrane, M. (2017). La réalité de l'entrepreneuriat féminin. *Revue journal des études financières, comptables et managériales*, 4(1), 7-19.
35. Himrane, M et Hassani, H. (2017). Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. *Revue algérienne de développement économique*, 4(06), 13-26.
36. Henri, J. (2006). Les recompositions de l'artisanat : des corporations a la première entreprise de France. *Revue marche et organisation*, (1), 39-53.
37. L'expert-comptable. Création d'une entreprise artisanale [En ligne]. Repéré à <https://www.l-expert-comptable.com/a/534278-creation-d-une-entreprise-artisanale.html> Consulté le 27/03/2020.
38. Levene, T. Bross, F. (2011). Trajectoires professionnelles et rapports à la formation d'adultes et jeunes adultes en parcours d'insertion. *Revue savoirs* (26), 85-108.
39. Lebegue, T. et Chabaud, D. (2013). Femme dirigeantes en PME : Bilan et perspectives. *Revue Interdisciplinaire Management et Humanisme*, (07), 43-60
40. Marchesnay, M. Julien, P, A., (1996). *L'entrepreneuriat*. Paris : Economica.
41. Meziane, A. (2015). Etat des lieux de l'appui à l'entrepreneuriat en Algérie. *Revue académique*, 10(19), 16-38.
42. Metaiche, T, F. et Bendiabdellah, A. (2016). Les femmes entrepreneure en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir. *Revue marcher et organisation*, (26), 219-240.

43. Menvielle, W. Carrier, C. et Julien, P.P. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années. *Revue gestion*, 31(02), 36-78
44. Moreau, R. (2004). L'émergence organisationnelle : le cas des entreprises de nouvelle technologie, (thèse de doctorat inédite). Université de Nantes.
45. OUDAH REBRAB, S. (2003). L'entrepreneuriat féminin en Algérie étude statistique sur la dispersion de l'entrepreneuriat féminine en Algérie. *Revue d'économie et de statistique appliquée*, 13(1), 256-266.
46. Perdomo, A. (2017). Les caractéristiques d'une femme entrepreneur [En ligne]. Repéré à <https://www.joya.life/fr/blog/les-caracteristiques-sensationnelles-dune-femme-entrepreneur/> consulté le 12/03/2020.
47. Powers, T. A. (2009). *Les obstacles et les solutions des femmes entrepreneures des régions ressources du Québec*. (Mémoire de maîtrise inédite). L'université du Québec à Trois-Rivières. Repéré à <http://depot.e.uqtr.ca/id/eprint/1725/1/030114568.pdf>.
48. Rachedi, F. E. (2006). L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire. PDF [En ligne]. Repéré à https://airepme.org/images/File/2006/033_Lentrepreneuriatfeminin.pdf
49. Rabhi, M. (2019). Entrepreneuriat féminine en Algérie [En ligne] Repéré à <https://www.liberte-algerie.com/actualite/le-cread-note-une-evolution-en-dents-de-scie-320795> Consulté le 29/03/20.
50. Rogalski, J. et Leplat, J. (2011). L'expérience professionnelle : expériences sédimentées et expériences épisodiques. *Revue formation et conception*, 8(1), 1-29.
51. Slamani, R., Mechour, R., et Remini, A. (2011). Développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : identification des facteurs de motivation. *Revue des sciences commerciales*, 16(2), 71-85.
52. Steiner, P. (1998). La nouvelle sociologie économique, l'analyse structurale et la théorie économique. *Revue Cahiers d'économie politique* (33), 107-136.

53. Verstraete, T. (2000). *Histoire d'entreprendre, réalité de l'entrepreneuriat*. Paris : Ed EMS management et société.
54. Verstraete, T. et Saporta, B. (2006). *Création de l'entreprise et entrepreneuriat*. Edition de l'ADREG.
55. VINCENS, J. (2001). Expérience professionnelle et formation. *Revue Agora débats jeunesses*, (25), 55-67.
56. Wikipédia. <https://fr.wikipedia.org/wiki/P%C3%A2tisserie> consulté le 14/03/2020.
57. Zalio, P.P (2004). L'entreprise, l'entrepreneur et les sociologues. *Revue entreprise et histoire*, (35), 16-30.

Résumé

L'entrepreneuriat représente pour les femmes pâtissières une opportunité d'atteindre une activité génératrice de revenus, ce même secteur d'activité était longtemps réservé aux hommes, mais les femmes ont pu se frayer leur propre chemin et se faire une place dans ce milieu incessamment convoité et adulé, tenant compte de leur besoin de dompter leur difficultés en les jumelant à leur formations et connaissances acquises au cours de leur périple de perfectionnement. En tentant de joindre une volonté accrue de vouloir créer leur propre entreprise, à leur soif d'indépendance et d'autonomie sociale, familiale, et personnelle malgré les aléas qu'elles puissent rencontrer.

Abstract

Entrepreneurship represents for women pastry chefs an opportunity to achieve an income-generating activity was for a long time reserved only for men, but women have been able to forge their own path and find a place in it. An environment incessantly coveted and adored, taking into account their need to overcome their difficulties by combining them with their training and knowledge acquired during their journey of improvement. By trying to join an increased desire to want to create their own business, to their thirst for independence and social, family, and personal autonomy, despite the hazards they may encounter.