

Université Abderrahmane MIRA de Béjaïa.

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion.

Département des sciences de Gestion.

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme Master en science de gestion

Option : Management

Sous le Thème :

Analyse de l'entrepreneuriat féminin

Cas de la wilaya de Béjaïa

Présenté par :

SMAOUN Célia

Sous la direction de :

Dr. Moustafa OUKACI

Date de soutenance : le 22/09/2021.

Président de jury: **Mme ZIANI L.**

Examineur: **Mr. ADJOUT S.**

REMERCIEMENTS

J'adresse mes remerciements à tous les professeurs et toutes personnes qui, par leurs paroles, leurs critiques et leurs conseils, m'ont aidé durant mon parcours étudiantin et qui ont su me guider dans mes études.

Je remercie plus particulièrement monsieur AMGHAR.M, qui m'a encadré lors de ma 3eme année licence et qui m'a permis d'améliorer mes connaissances et d'enrichir mon CV, ainsi qu'à monsieur M.OUKACI pour son soutien indéfectible jusqu'à l'aboutissement de ce mémoire et qui m'a conseillé, orienté et a veillé à sa réalisation.

Je tiens aussi à remercier les membres de jury qui ont accepté d'évaluer ce travail.

Toute ma gratitude va aux femmes entrepreneures qui ont collaborées, qui ont répondu favorable à mes demandes d'entretiens et qui ont contribuées à la réussite de mon enquête.

Un eternal merci à mon binôme de toujours et à jamais Y.H qui a été à mes cotés depuis le premier jour.

A mes amis, Kenza, Ouali, Samir, Takfa, Djamel et Kinza qui m'ont soutenu jusqu'à la fin et qui continuent de le faire. ET à toutes les personnes qui ont croisé mon chemin et qui m'ont permise de devenir qui je suis à présent.

Et enfin, je tiens à remercier toutes personnes qui, de près ou de loin, ont contribués à mener terme mon enquête.

DEDICACES

Je dédie ce mémoire à mes chers parents pour leur soutien et leurs prières et qui m'ont offert un climat favorable pour mener à terme mes études.

A mes deux chères grandes sœurs mariées pour leur présence.

A mon cher petit frère et petite sœur.

A mon cher adorable neveu Madjid et ma chère nièce Eliana.

A la mémoire de mon grand-père paternel et ma grand-mère maternelle.

A la mémoire de mon oncle Zoubir et sa fille Khadidja, ainsi que ma cousine Nabila.

A ma future belle famille pour leur gentillesse et leur soutien.

Ainsi qu'à toutes les personnes qui m'ont motivé tout au long de mes études.

RESUME

L'entrepreneuriat est un levier extraordinairement puissant pour s'ouvrir au champ des possibles, car il donne les moyens à toutes et à tous pour donner des solutions concrètes pour relever les grands défis qui nous incombent. Nombreux sont les auteurs qui traitent ce domaine d'étude.

Depuis les années 1980, la femme a commencé à s'intégrer dans le monde du travail en s'imposant par son caractère et ses idéaux. Lors de son parcours, celle-ci rencontre de multiples obstacles qui la freinent et qui les pousse à se rebeller d'avantage. Cependant, l'entrepreneuriat féminin reste un sujet de recherche insuffisamment exploité, que ce soit au niveau national ou international.

Notre objectif dans ce modeste travail est de caractériser un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Béjaïa, établir leurs profils ainsi que celui des entreprises qu'elles possèdent.

Pour ce faire nous avons mené une enquête de terrain d'un échantillon de femmes entrepreneures choisies au hasard et nous avons récolté un total de 35 réponses.

Lors de notre analyse des résultats obtenus, nous avons pu constater que la majorité de ces femmes sont mariées, ont déjà eu une expérience antérieure dans leurs domaines respectifs et elles sont principalement motivées par un besoin d'accomplissement de soi et d'indépendance financière.

Notre recherche a également montré que, ces femmes enquêtées, ont dû faire face à différents obstacles lors de la concrétisation de leurs projets tels que le manque de financement et d'informations. Malgré cela, ces femmes sont déterminées à réussir dans leurs vies professionnelles et affronter toutes les difficultés qu'elles rencontrent.

Mots clés : Entrepreneuriat - Entrepreneuriat féminin - Entrepreneuriat féminin en Algérie – Femme entrepreneure.

ABSTRACT

Entrepreneurship is an extraordinarily powerful lever for opening up to the field of possibilities, because it gives everyone the means to provide concrete solutions to meet the major challenges facing us. Many authors cover this area of study.

Since the 1980s, woman began to integrate to the world of work, by imposing herself through her character an ideals. During her parkour, this one encounters multiple hindrances that slow her down and push them to rebel more, however, the female entrepreneuriat remains an under-exploited subject research, whether at national or international level.

Our objective in this modest work is to characterize a sample of women entrepreneur in Béjaïa city, establish their profiles as well as that of the companies they own.

To do this, we have conducted a field survey of a sample of women entrepreneur randomly selected, and we have collected a total of 35 responses.

During our analysis of obtained data, we could see that the majority of women are married, have already had previous experience in their respective fields and they are mainly motivated by a need of self-fulfillment and financial independence.

Our research had also showed that these women surveyed had to face various hindrances in the realization of their projects such as luck of funding and information.

Despite this, these women are determined to be successful in their professional lives and face all the challenges that they are exposed to.

Keywords : Entrepreneurship - Female entrepreneurship - Female entrepreneurship in Algeria - Female entrepreneur.

AGZUL

Asnermes d yiwen n usektey i yeqqwan nezzeh i yettawin amdan yer wayen ur yettenwi-ara , acku yettak allalen i medden akken ad d-fken tifrarin tiheqqaniyin iwakken ad awden af ffrun ayen iy-iceyben , atas imeskaren i inudan deg uhric-agi.

Seg iseggasen n 80 tamejjet tebdā tkeččem deg umađal ixeddim anda teka s tyara-s akked tiktiwin-is akken tebdā deg umecwar-is taneggarut agi tettafed uguren akked ieiwiqen i tt-ihibsen dācu i tt-yettdemiren akken ad d-ttnay s ugar. Maca asentel-a n usnermes unti ad yeqqim d yiwen n usentel n unadi ur yettwaxxedmen-ara s wačas , ama deg uswir ayelnaw ney agrayelnaw.

Iswi-nney deg leqdic-agi ad d-nefk tikkest n tlawin tisnermesiyin deg lwilaya n Bgayet nesbedd tasga-nsent diyen win n termisin-nsent.

Akken ad d-nawed yer waya neffey yer unnar nextared kan aka tikkest n tlawin tisnermesiyin njemmed azal n 35 n tririyin.

Asmi i nefren ayen id d-newwi deg annar, nešawed ngar tamawt d akken tuget n tlawin-a zewğent diyen yer-sent ya kan tarmit tesebeed deg uhric i deg i qeddcent. Diyen seant afud akken ad siwđent ad snermint iman-nsent s yiman-nsent ama deg tama n tezmert ney deg tedrimt.

Anadi-nney ibiyyen-ay-d d akken tilawin i nesteqsa mugrented atas n iæwiqen deg seđru n usenfar-nsent gar-asen lixšas n tedrimt akked iseqsien. Gas akken yella waya dācu tilawin-a beggsent-d akken ad awđent yer yiswan-nsent deg ayen yeenan axeddim-nsent diyen ad magrent iæwiqen id ttafent deg ubrid-nsent.

Awalen igejdanen: Asnermes - Asnermes unti – Asnermes unti deg temurt n lzzayer - Tamejjet tasnermsit.

LISTE DES ABREVIATIONS

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique

GEM: Global Entrepreneurship Management

ANGEM: Agence Nationale de Gestion du Micro-Crédit

ANADE: Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat

ANSEJ: Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes

PME: Petite et Moyenne Entreprise

TPE: Très Petites Entreprises

ONS: Office National des Statistiques

BIT: Bureau International du Travail

AMP: Achat de Matières Premières

PNR: Prêt Non Rémunéré

CNAC: Centre National d'Assurance Chômage

ANDI: Agence Nationale de Développement de l'Investissement

FCE: Forum des Chefs d'Entreprise

CNRC: Centre National du Registre de Commerce

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

Figure N°	Titres	Pages
01	Répartition du taux des registres de commerces enregistrés fin février 2021 selon le genre	37
02	Répartition des femmes commerçantes (actives – personnes physiques) inscrites au registre du commerce par tranche d'âge fin février 2021	38
03	Répartition des femmes commerçantes (actives - personnes physiques) inscrites au registre du commerce par secteur d'activité fin février 2021	38
04	Répartition des femmes gérantes de sociétés (actives -personnes morales) inscrites au registre du commerce par secteur d'activité fin février 2021	39
05	Nombre d'entrepreneurs bénéficiaires du micro crédit entre 2010 et 2019	40
06	Répartition du nombre de femmes entrepreneures bénéficiaire du micro crédit selon l'AMP et le PNR	40
07	Répartition du nombre de financement des femmes par secteurs d'activité	41
08	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon la taille de leurs entreprises	44
09	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon la forme juridique de leurs entreprises	44
10	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon la nature de leurs entreprises	45
11	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs secteurs d'activité	46
12	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon le pourcentage de femmes qu'elles emploient	46
13	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs financements de départ	47

14	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon l'âge de création de leurs entreprises	48
15	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs situations matrimoniales	49
16	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs niveaux d'instruction	49
17	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs formations en entrepreneuriat	50
18	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs statuts avant de devenir entrepreneures	51
19	L'impact de l'entourage sur les femmes entrepreneures enquêtées	52
20	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs engagements associatifs	53
21	Les motivations à l'entrepreneuriat	54
22	Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures lors de la création de leurs entreprises	55
23	Les caractéristiques dominantes sur les femmes entrepreneures	56
24	Les facteurs essentiels pour devenir entrepreneures	57
25	Ce qu'il faut avoir pour devenir entrepreneure	58

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CONCEPTS ET DEFINITION	4
• Section 01: Eléments de base sur l'entrepreneuriat	5
• Section 02: L'entrepreneur.....	10
CHAPITRE II : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ, REALITE ET CARACTERISTIQUES	14
• Section 01: Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat féminin.....	15
• Section 02: La réalité de l'entrepreneuriat féminin dans le monde et en Algérie.....	24
Chapitre III : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ, CAS DE LA REGION DE BEJAIA	35
• Section 01: Méthodologie de l'enquête de terrain	36
• Section 02 : Analyse des résultats et discussion	43
CONCLUSION GENERALE	61
Bibliographie	63
Table des matières	68
Annexe.....	72

INTRODUCTION GENERALE

L'entrepreneuriat peut se définir à travers un processus de création de valeur, d'organisation, d'innovation, de détection ou de construction d'opportunités d'affaires ou encore, le plus souvent, à travers une combinaison de deux ou plus de ces cinq aspects. Chaque société a sa propre culture qui détermine les attitudes et les comportements de ses membres, comme résultats de son histoire, son système éducatif, sa politique, son économie et autres facteurs qui influencent les méthodes de travail d'organisation.

L'Algérie a connu, depuis les années soixante du XX^{ème} siècle, de grands changements dans les domaines politiques, économiques et socioculturels. Elle est passée par une période de socialisme (1962-1988), suivie d'une ouverture sur l'économie du marché comme résultat de la mondialisation.

La mutation qu'a connue la société algérienne, la généralisation de l'éducation, de l'internet et des technologies de communication, ont conduit à l'installation d'une culture entrepreneuriale moderne qui encourage les jeunes à monter leurs entreprises, sans distinction entre genre.

Ces différents changements ont affecté les cultures de travail et d'organisation, et spécialement le travail de la femme qui est passé du travail à la maison au travail d'agriculture dans les campagnes, au travail artisanal, au travail de gestion et de management, et à l'entrepreneuriat et des responsabilités politiques.

Reconnu comme une source non négligeable de croissance économique insuffisamment exploitée, l'entrepreneuriat féminin est un phénomène qui prend de plus en plus d'ampleur ces dernières années malgré les problèmes auxquels sont confrontées les femmes. Les algériennes sont de plus en plus présentes dans la vie économique du pays, il est devenu un moyen de gagner plus de pouvoir dans leur lutte pour l'émancipation dans la recherche entre l'égalité des sexes.¹

De ce fait, l'entrepreneuriat féminin n'est devenu un champ d'étude qui attire de plus en plus de chercheurs que très récemment. L'intérêt porté à cette problématique est justifié par le rôle que joue ce type d'entreprise dans le développement de l'économie. D'ailleurs, la phrase très significative de Winn (2005) « *Women are changing the face of modern business* »

¹ Ghiat BOUFELDJA, Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie, ed. Publibook, 2015, P 83.

résume bien cette nouvelle perception de la place actuelle des femmes dans le développement de l'entrepreneuriat.²

En effet, une bonne partie de la littérature contemporaine produite en entrepreneuriat, s'intéresse de près aux entreprises appartenant à des femmes. L'OCDE (2012) montre que les femmes constituent selon, les pays, entre 20 et 25 % des créateurs d'entreprises. Le même rapport note une certaine diminution dans le nombre des nouvelles créations d'entreprises féminines pendant la crise économique, diminution qui reste toutefois moindre que celle des hommes. Les données du Global Entrepreneurship Monitor GEM (2012) révèlent, en outre, que les femmes représentent 25 % à 33 % de l'économie formelle et sont susceptibles de jouer un rôle encore plus important dans les secteurs informels. Par ailleurs, les différents chercheurs considèrent que ce domaine est insuffisamment exploré jusqu'ici, en particulier dans le contexte Algérien.³

Tous ces facteurs nous poussent à nous poser la question suivante :

Quelles sont les caractéristiques des entreprises féminines et le profil des femmes entrepreneures ?

Pour répondre à cette question nous devons d'abord répondre à de multiples questions secondaires sur lesquels cette recherche s'appuiera :

1. Quelles sont les motivations qui poussent les femmes à entreprendre et les principaux obstacles rencontrés ?
2. Quels sont les domaines de l'entrepreneuriat féminin à Béjaïa et pourquoi les femmes s'orientent-elles vers ces activités spécifiques?

² Abderrezak BEN HABIB et al. Les déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie : cas des diplômées de l'enseignement supérieur, Université de Tlemcen, les cahiers du cread N°110.

³ Abdeslam BENDIABDELLAH & Fatima TAHIR METAICHE. « Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir ! », Marché et organisations, vol. 26, no. 2, 2016, p219.

C'est dans ce contexte que s'inscrit notre recherche en se basant sur les hypothèses suivantes :

Hypothèse 01 : C'est le désir d'autonomie professionnelle, d'accomplissement personnel, d'organiser un travail soi-même, de relever un défi qui motivent la femme algérienne à se lancer dans la carrière entrepreneuriale.

Hypothèse 02 : le choix du secteur d'activité par la femme est lié au cursus de formation et à l'appui du réseau social (famille, mari, amis...)

Dans l'objectif de trouver des réponses pertinentes à ces questions et d'affirmer ou infirmer ces hypothèses, ce présent travail sera donc mené sous forme d'enquête de terrain afin de collecter les informations nécessaires auprès de plusieurs femmes qui ont entrepris dans différents domaines. Il sera constitué de trois chapitres. Dans le premier nous aborderons les différentes définitions, les concepts de base sur l'entrepreneuriat ainsi que l'approche genre.

Dans le second chapitre, nous mettrons l'accent sur le profil et les différentes caractéristiques des femmes entrepreneures, leurs motivations, et les différentes approches théoriques de l'entrepreneuriat féminin ainsi que les obstacles auxquels sont confrontées les femmes entrepreneures. Puis, nous présenterons l'entrepreneuriat féminin et ses réalités à travers le monde et en Algérie. Enfin, nous achèverons notre travail en présentant une étude approfondie, que nous avons menée, sur le parcours d'un échantillon de femmes entrepreneures au niveau de la wilaya de Béjaïa.

CHAPITRE I :
L'ENTREPRENEURIAT, CONCEPTS ET
DEFINITIONS

CHAPITRE I :

L'ENTREPRENEURIAT, CONCEPTS ET DEFINITIONS

Introduction

Le mot entrepreneur apparaît dès la fin du XVI^e siècle pour désigner toutes les personnes signant des contrats avec la royauté pour construire des fortifications, des ponts et des routes⁴. Or, au fil des années et à ce jour, l'entrepreneuriat a pris différentes formes que des auteurs théoriciens ont tenté de définir. De Richard CANTILLON à Thierry VERSTRAETE en passant par Joseph Schumpeter et tant d'autres, les concepts n'ont cessés de voir le jour

Ce premier chapitre va nous permettre d'aborder le concept de l'entrepreneuriat et d'approfondir ses notions clés. Notre point de départ est de montrer avant toute chose, l'importance de ce phénomène dans la société mais surtout dans l'économie.

Section I : Eléments de base sur l'entrepreneuriat

Comme nous l'avons déjà évoqué précédemment, l'entrepreneuriat est un phénomène qui a évolué au fil des siècles. Plusieurs concepts ont fait leur apparition. Nous tenterons de les expliquer dans cette section.

1.1. Définition de l'entrepreneuriat

Il n'existe aucune définition universelle à l'entrepreneuriat car chaque chercheur a sa propre vision. Nous retenons ici les définitions les plus pertinentes :

Jean Baptiste SAY (1815) définit l'entrepreneuriat comme étant « la combinaison des facteurs de production et l'organisation de la production ». L'entrepreneur de SAY est avant tout un organisateur qui se fixe comme premier but d'accroître et d'optimiser la production.

D'après FAYOLLE et FILION « *l'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient*

⁴Alia OUSALEM & Khaled KHEBBACHE & Pr Matouk BELATTAF, Dynamique entrepreneuriale en Algérie et le rôle des politiques de promotion des PME, Revues EcoNature N°1, 2015.

créer, prennent connaissance de la démarche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancer dans la création et le démarrage d'une entreprise »⁵.

Selon Verstraete T, « *l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa* »⁶. Ainsi, l'entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socioéconomiques.

Nous pouvons dire alors que le terme « *entrepreneuriat* » est la poursuite d'une opportunité au-delà des ressources contrôlées. C'est un processus qui *implique une certaine détermination et concentration dans l'effort fusionnée aux conditions favorables pour aboutir à la concrétisation d'un projet de création d'entreprise*⁷.

1.2. Les paradigmes de l'entrepreneuriat

« Un paradigme est un modèle théorique de pensée qui oriente la recherche et la réflexion scientifique »⁸. En entrepreneuriat, on parle d'une construction théorique faisant l'objet d'une adhésion d'une partie suffisamment significative des chercheurs qui, au sein de la communauté ainsi constituée, partagent le point de vue proposé par le paradigme (Verstraete et Fayolle, 2004). Nous distinguons quatre paradigmes principaux :

- **L'entrepreneuriat comme un processus de d'opportunité** : il repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation des opportunités.
- **L'entrepreneuriat comme un processus d'émergence organisationnelle** : repose sur l'idée que l'entrepreneuriat est un phénomène consistant à la création d'une nouvelle organisation.
- **L'entrepreneuriat comme un processus de création de valeur** : La création de valeurs constitue la préoccupation primordiale pour l'entrepreneur. En effet, ce dernier assume les risques majeurs en vue de créer de la valeur quel que soit la nature du bien ou du service produit par l'entreprise.

⁵FILION L-J et FAYOLLE A, devenir entrepreneur des enjeux aux outils, édition village Mondial 2006, P 254

⁶VERSTRAETE T, « histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », Paris, édition management et société, 2000, P12.

⁷H.H. STEVENSON et J.C.JARILLO 1990, A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management, Strategic Management Journal, vol 11, 1990.

⁸Dictionnaire LAROUSSE.

- **L'entrepreneuriat comme un processus d'innovation** : l'activité entrepreneuriale est à l'initiative de l'individu et ce dernier doit chercher les sources d'innovation, les changements et les informations pertinentes sur l'environnement du marché. Il doit aussi avoir des aptitudes pour mettre en œuvre ces innovations, avec le moindre risque.

1.3. Les approches théoriques de l'entrepreneuriat

La littérature entrepreneuriale permet de distinguer trois approches différentes qui répondent à trois questions : qui est l'entrepreneur ? que fait l'entrepreneur ? Et comment l'entrepreneur pense ?

- **L'approche par les traits** : elle consiste en l'étude des traits de caractère d'un individu. Elle permet de distinguer entre un entrepreneur né et un non entrepreneur par sa personnalité. Cette approche propose l'hypothèse qu'un entrepreneur doit disposer de ces caractères suivants : le goût du risque, le besoin d'accomplissement et d'autonomie, l'innovation, l'indépendance financière...⁹
- **L'approche comportementale (par le fait)** : de nombreuses études ont montré que le caractère ne suffit pas à devenir entrepreneur. En effet, l'environnement a son impact sur les motivations entrepreneuriales de l'individu. Aussi, elles ont démontré que l'important n'est pas d'"être" mais plutôt de "faire". L'approche comportementale se base donc sur les actions et le comportement de l'entrepreneur tout au long du processus de création d'entreprise.¹⁰
- **L'approche cognitive** : cette approche nouvellement souligné par les chercheurs. Elle met l'accent sur la personne de l'entrepreneur et non pas sur les traits de personnalité. C'est-à-dire qu'elle étudie la perception entrepreneuriale de l'entrepreneur.
- **L'approche processuelle** : un processus est un ensemble de fait d'action et de phénomène qui s'enchaînent dans le temps et dans un ordre donné¹¹. Selon FAYOLLE, 2004, l'analyse d'un processus répond à la "question" du comment et du "pourquoi" de la

⁹ Salah KOUBAA & Mounia DIAMANE, Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat, article universitaire, Université Hassan II Casablanca, Maroc, décembre 2016, P1

¹⁰ Salah KOUBAA & Mounia DIAMANE, Op. Cité. P2

¹¹ Dictionnaire LAROUSSE.

réalisation d'un phénomène. En effet, cette approche envisage l'entrepreneur dans sa globalité et ses interactions, et se refuse d'envisager l'entrepreneuriat comme un domaine de recherche centré uniquement sur l'entrepreneur mais elle intègre d'autres dimensions indispensables à sa compréhension.

Ainsi, nous constatons que ces trois approches répondent respectivement aux questions cités au-dessus.

1.4. Les formes de l'entrepreneuriat

Etant un monde vaste avec des dizaines de secteurs d'activités, le monde entrepreneurial a pris plusieurs formes selon le mode de création de l'entreprise ou de l'activité en question. Nous distinguons cinq formes principales :

- **La création ex-nihilo** : "*ex nihilo*" est une expression latine qui signifie "à partir de rien", cela veut donc dire créer une entreprise nouvelle à base d'une idée innovante et qui jouit d'une certaine indépendance juridique. Elle représente la forme la plus pure de l'entrepreneuriat car les risques sont plus évalués
- **La reprise d'entreprise ou d'activité** : contrairement à la création d'entreprise, dans ce cas l'organisation existe déjà. Cela constitue en l'acquisition d'une partie ou de la totalité des actifs et des branches d'activités d'une entreprise tierce tout en s'engageant à assurer l'amortissement du passif et la sauvegarde d'une partie ou de tous les emplois.
- **L'intrapreneuriat** : c'est le développement de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou développement des activités actuelles, au sein d'une entreprise existante. L'exécution de cette tâche est confiée à un salarié, les moyens nécessaires à son succès sont fournis par l'entreprise mère. En d'autres termes, l'intrapreneuriat permet de valoriser le rôle et la prise d'initiative des salariés, qui deviennent alors des «*intrapreneurs*».
- **L'essaimage ou l'extrapreneuriat** : Daval H (2000) le définit comme étant « un processus qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre structure ou de reprendre une entité existante, indépendante de l'entreprise essaimage, en

bénéficiant de la part de cette dernière qu'il quitte, de diverses formes d'appui et d'accompagnement, afin de limiter les risques d'échec ». Ce phénomène concerne des sociétés technologiques et innovantes. En effet, Il s'agit de la création d'une entreprise à partir de technologies développées essentiellement dans l'organisation d'où origine cette entreprise : Université / Centre de recherche / Entreprise privée.

- **L'entrepreneuriat social** : cela consiste à créer des entreprises qui mettront en œuvre des solutions innovantes à des problèmes sociaux (création de la valeur sociale).

L'entrepreneuriat est donc, sous toutes ses formes, un moyen incontournable de création d'emploi et de richesse. Le soutien de l'entrepreneuriat suppose tout, d'abord, la levée des barrières qui freine l'action entrepreneuriale

1.5. L'importance de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est l'un des facteurs les plus importants de la croissance économiques car l'intérêt de ses apports se porte essentiellement sur l'intérêt économique et social. Nous citerons donc :

- **Le renouvellement du parc d'entreprise** : une étude du GEM, comparant plusieurs pays sur divers dimensions sociales et culturelles, a prouvé que les pays ayant une activité entrepreneuriale élevée leurs taux de PIB augmentent chaque année. L'entrepreneuriat, sous ses différentes formes, permet ainsi de constituer une compensation aux disparitions et échecs d'entreprises déjà existantes.
- **La création d'emploi** : depuis les années 1970, la création d'entreprise apparait comme une source potentielle de création d'emploi et une lutte contre le chômage et la pauvreté.
- **L'innovation** : les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de « *destruction créatrice* » en identifiant les opportunités que les acteurs en place ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques. (J. Schumpeter, 1935)

- **Le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations** : l'esprit d'entreprendre intéresse au plus haut point les entreprises et les institutions, en raison des caractéristiques qu'il révèle, comme l'encouragement à l'imagination, à l'adaptabilité et à la volonté d'accepter des risques. L'esprit d'entreprendre traduit une orientation forte vers la recherche d'opportunités, la prise de risques et les initiatives créatrices de valeur.

Nous constatons que l'importance de l'entrepreneuriat ne se résume pas à la satisfaction de soi mais c'est tout un processus de croissance économique et sociale.

Section II : L'entrepreneur

Dans tout acte un acteur se cache forcément derrière. Dans l'acte d'entreprendre c'est d'un entrepreneur qu'il s'agit. Ce dernier se différencie des salariés par son caractère et ses motivations d'indépendances.

2.1. Définition de l'entrepreneur

Selon le Grand Dictionnaire, l'entrepreneur est défini comme étant une « *personne (ou groupes de personnes) qui crée, développe et implante une entreprise dont il assume les risques, et qui met en œuvre des moyens financiers, humains et matériels pour en assurer le succès et pour réaliser un profit* ». Le mot « *entrepreneur* » est d'origine française qui peut signifier étymologiquement « *celui qui entreprend* »

Selon R. CANTILLON, l'entrepreneur « *est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre.*»¹². Il définit alors l'entrepreneur comme étant un "aventurier"

J.B. SAY définit l'entrepreneur comme étant « *l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports ; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de la production.*»¹³

¹² CANTILLON R, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011, P19.

¹³ SAY J-B, (1972), cité par A. TOUNES, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, 2003, p 06.

L'entrepreneur Schumpetérien : Pour ce dernier un « *entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie.* » Il conduit une «destruction créatrice » dans la mesure où de nouveaux produits et business model arrivent et remplacent les anciens. Cette destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme.

Pour L.J.FILLION, l'entrepreneur est « *une personne imaginative, caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, elle continue de jouer un rôle entrepreneurial.* »¹⁴

2.2. Les motivations de l'entrepreneur

Chaque personne désirant créer sa propre entreprise a forcément un facteur ou une motivation qui la pousse à sauter le pas. Il existe plusieurs raisons à ce propos :

- **La passion** : elle est indéniablement la plus belle motivation pour vouloir entreprendre, faire de son hobby son quotidien est la meilleure manière de faire ressortir sa créativité et cela permet de surmonter les coups durs plus aisément.
- **Besoin d'indépendance** : En étant entrepreneur, on est son propre patron. Ainsi, l'entrepreneur jouit d'une autonomie totale dans son travail, il décide de où et quand il effectue ses tâches.
- **Besoin d'accomplissement** : Cela suppose qu'une personne préfère devenir entrepreneur et créer sa propre affaire plutôt que de poursuivre un emploi frustrant ou de subir des tensions dans son entourage professionnel. Cette motivation peut également s'interpréter comme un besoin de prouver sa valeur personnelle en faisant mieux que les autres.

¹⁴Louis Jaques FILLION, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, 1997, P19.

- **La création de son propre emploi** : cela peut être une solution au problème de chômage que rencontrent les jeunes sans emploi. Ne trouvant pas de travail, la création d'une entreprise est une alternative pour subvenir à leurs besoins.
- **L'argent** : devenir riche !! c'est le rêve de tout individu. En devenant entrepreneur la concrétisation de ce rêve n'est pas impossible. Toute personne possédant un capital souhaite l'investir dans un projet pour accroître son chiffre d'affaire.
- **Les motivations sociologiques et culturelles** : ce sont des éléments directement liés aux différents milieux connus et fréquentés par les individus, et qui peuvent jouer un rôle sur leur propension à entreprendre (tel que le milieu familial, l'éducation, le territoire...)

2.3. La typologie de l'entrepreneur

Chaque entrepreneur a son propre caractère, sa motivation et sa façon de voir les choses. Nous distinguons quatre types d'entrepreneurs :

- **L'entrepreneur artisan** : désigne toute personne de métier qui se lance dans le monde des affaires. Il possède peu d'éducation mais a une forte compétence technique. Le travail constitue son seul centre d'intérêt car il craint de perdre le contrôle de son entreprise. Il refuse généralement la croissance de son entreprise car il n'aime pas prendre de grand risque.
- **L'entrepreneur manager ou innovateur** : ce type d'entrepreneur est motivé par le besoin de création. Il n'a pour objectif que la croissance et l'innovation.
- **L'entrepreneur propriétaire orienté vers la croissance** : sa préoccupation principale se résume à une autonomie financière et à une croissance continue. Il n'est motivé que par le pouvoir.
- **L'entrepreneur orienté vers l'efficacité** : celui-ci refuse clairement la croissance et prône l'efficacité. Il cherche l'indépendance et le pouvoir.

2.4. La féminisation de l'entrepreneuriat (La théorie du genre)

Chaque individu joue un rôle spécifique dans le développement économique ou social, qu'il soit homme ou femme. Or, la différence entre les deux sexes dans le milieu du travail est très visible. Le sexe n'est plus une variable biologique, c'est une propriété symbolique ; ce n'est plus un principe de différenciation physiologique, c'est un principe d'organisation social. Le concept "approche genre" apporte une certaine clarté à cette discrimination.

Issu de l'anglais « genre » qui veut dire genre, l'approche genre met l'accent sur les valeurs et les normes attachées au féminin et au masculin sur le plan culturel et éducatif. Méthodologiquement, cette approche permet de comparer les situations des hommes et des femmes et apporte d'avantage de précisions sur les inégalités existantes entre eux deux dans les marchés et dans tous les secteurs d'activité.

L'approche genre suppose d'examiner les opportunités offertes aux hommes et aux femmes les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux. Il s'agit de composantes fondamentales qui influent sur le processus de développement de la société et sur l'aboutissement des politiques, des programmes et des projets des organismes internationaux et nationaux¹⁵.

Conclusion

En guise de conclusion, dans ce premier chapitre nous avons vu certaines des multiples définitions de l'entrepreneuriat, de son acteur l'entrepreneur et de tout leur aspect théorique et leurs concepts. Nous rappelons que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe que les chercheurs étudient à nos jours car il évolue constamment avec l'apparition de nouvelles théories. Cependant, chose qui ne changera point, c'est que la création d'entreprise reste un pilier important à la croissance économique grâce à l'innovation, la croissance sociale grâce à la création d'emploi.

¹⁵www.fao.org

CHAPITRE II :
L'ENTREPRENEURIAT FEMININ, REALITE ET
CARACTERISTIQUES

CHAPITRE II :

L'ENTREPRENEURIAT FEMININ, REALITE ET CARACTERISTIQUES

Introduction

Le XX^{ème} siècle a changé la donne de l'humanité, avec les inventions, les créations de nouveaux domaines, et l'amélioration des domaines existants. Dans le cas entrepreneurial, cette discipline a vu naître de différents axes tels que l'entrepreneuriat féminin. Ce milieu, n'a fait l'objet d'étude qu'à la fin du siècle précédent. La progression de cette étude s'est faite en trois étapes, la première allant de 1970 à 1980 s'est focalisée sur les caractéristiques des entrepreneures en les comparant à celle des hommes, la seconde période, datant des années 1990, s'est axée sur les motivations de la femme en apportant des éclaircissements sur leur réussite. La troisième période, qui est la plus récente (les années 2000), apporte une diversification des thèmes abordés.

Les femmes, qui sont en quête d'une indépendance surtout financière, trouvent souvent l'entrepreneuriat comme refuge. Ces dernières années, avec les évolutions sociales et culturelles de la société, les femmes ont su se faire une place dans le monde du travail qui autrefois était spécifique aux hommes.

Malgré que ce phénomène ait pris de l'ampleur durant ces deux dernières décennies, que les femmes dirigent actuellement plus d'un tiers des entreprises dans le monde, mais ce terrain reste insuffisamment exploité. Dans ce présent chapitre, nous allons mettre lumière sur les différents aspects et mettre en avant les différentes statistiques concernant l'entrepreneuriat féminin dans le monde.

Section I : Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat féminin

Nombreux sont les auteurs qui se sont intéressés à l'entrepreneuriat et à l'entrepreneur, plusieurs définitions leur ont été apportées, chose qui n'est pas le cas pour l'entrepreneuriat féminin qui n'a suscité l'intérêt des chercheurs que récemment. Nous verrons dans cette section le cadre théorique apporté à ce concept, son importance et son impact dans la société.

1.1. Définition de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin peut être défini comme étant la création et le développement d'une entreprise par une femme. La majorité de ces entreprises sont petites (1 à 5 salariés) avec un potentiel de croissance très limité car elles visent la survie et la stabilité sociale plutôt que le développement durable. NDONGO et OUDRAOGO le définissent comme : « *un ensemble d'activités mises sur pieds et gérées par les femmes elles-mêmes indépendamment de la taille de l'entreprise* ». ¹⁶

1.2. Définition de la femme entrepreneure

Belcourt, Burke et Lee-Gosselin considèrent que l'entrepreneure « *est cette femme qui cherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière, et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise* » ¹⁷

Selon Dina Lavoie « *L'entrepreneure est : la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe activement à sa gestion courante* » ¹⁸.

Annie cornet et Christina Constantinidis, ont le conçu comme suit : « la femme qui n'est pas sous contrat de travail salarié mais exerce son activité soit sous le statut d'indépendant (personne physique et/ou profession libérale), soit comme actionnaire d'une société (personne morale) et elle assume les risques, les responsabilités financières, administratives et sociales liées au développement de son activité ».

Une femme entrepreneure définit comme une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, qui seule ou en équipe ¹⁹. En général, ce qu'on peut retenir de ces différentes définitions, c'est qu'il existe plusieurs notions de femme entrepreneure qui signifie à la fin :

- Une femme créatrice d'une entreprise.
- Une femme innovante.
- Une femme indépendante et responsable.

¹⁶ NDONGO, B. et OUEDRAOGO, L. " Femmes et entrepreneurship au Sahel " Centre Sahel, U.L ACED, 1991, P9.

¹⁷BELCOURT et al. 1991 cités par BOUZEKRAOUI 2014.

¹⁸ Dina LAVOIE, 1988, p.3

¹⁹ Équippedreuriat féminin – voir les travaux de Cyrine BEN HAFIADH, 2006

- Une femme qui aime le goût des risques (Christian. L, 2006).

1.3. Motivations de la femme entrepreneure

La question "pourquoi des femmes deviennent-elles entrepreneures ?" a fait l'objet de plusieurs recherches, dans lesquelles, les auteurs ont pu distinguer deux profils d'entrepreneures à partir de leurs motivations à créer une entreprise. Contrairement à leurs homologues masculins, les femmes ne sont pas attirées par le financement (selon une étude allemande, le profit n'est placé qu'à la quatrième ou cinquième position), leur principale motivation réside dans le besoin d'indépendance et de reconnaissance sociale.

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

1.3.1. La catégorie push :

Pour ces femmes, l'entrepreneuriat est un choix plutôt forcé, des motivations par des facteurs « négatifs » tel que le chômage, la situation familiale, etc. Ces femmes entreprennent par nécessité car elles ressentent une insatisfaction dans leur travail et voient que créer leurs propres entreprises est la seule alternative pour combler leurs besoins. On peut dire alors que l'entrepreneuriat par nécessité est directement lié au cycle de vie de la femme et de sa famille, en plus de sa relation au niveau de développement du pays.²⁰

1.3.2. La catégorie pull :

Cornet et Constantinidis (2007) affirment que l'existence de cette catégorie peut être expliquée par la volonté des femmes de vouloir contourner le plafond de verre prédominant au sein des entreprises.

« Les femmes sont plus insatisfaites de leur carrière et voient l'entrepreneuriat comme un moyen de concilier à la fois leur travail et le rôle auprès des enfants »²¹

Levy-Tadjine et al. (2005) ont montré que « l'altruisme et sa conséquence, l'irruption d'acteurs plus nombreux dans le processus entrepreneurial, étaient générateurs de dissonances

²⁰ <https://www.femmesdelartisanat.com/conseil/les-specificites-de-lentrepreneuriat-feminin/>

²¹ S. Cromie (1987), cité par Emilie Cornillon, « L'entrepreneuriat féminin en France : état des lieux et perspectives », mémoire de fin d'études, Université Robert Schuman et IECS Strasbourg, 2005, p 59.

temporelles marquées entre l'entrepreneure, son entourage et les parties prenantes de l'aventure entrepreneuriales ».

La première raison de la création est le désir de devenir une femme d'affaires à succès. L'étude montre que 47% des femmes entrepreneures emploient seulement une personne. 40% ont entre deux et cinq employés et 13% emploient plus de cinq personnes.

On peut ainsi affirmer avec Marcel LANCELIN, ayant constaté un développement rapide de l'emploi indépendant et de la création d'entreprise par les femmes au cours des années 80, que l'esprit d'entreprise chez les femmes est dû à leur « *aspiration à l'indépendance économique et à la conquête vers l'autonomie* »²².

1.4. Caractéristiques de la femme entrepreneure

L'une des premières recherches sur la femme entrepreneure réalisée par Schwartz en 1979. Depuis, l'intérêt du monde économique et managérial, pour l'entrepreneuriat féminin ne cesse de croître, et plusieurs travaux et réalisations ont été faits à ce sujet.

Les études comparatives sur les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures montrent qu'elles ont plus de ressemblances que de différences par rapport à leurs homologues masculins (Brush, 1992, p11).

Les femmes se distinguent des hommes dans le domaine entrepreneurial, et ce en terme de comportement entrepreneurial, statut social ou même dans le secteur d'investissement. Nous citerons ci-dessous celles les plus populaires.

- **L'accomplissement** : De sa nature sensible, l'accomplissement pour la femme devient plus qu'une nécessité, un devoir. Le besoin d'accomplissement correspond au besoin de réalisation, d'exploitation et de mise en valeur de son potentiel personnel. Il peut prendre plusieurs formes différentes, selon la femme.
- **La quête de l'indépendance** : En entreprenant, les femmes ont trouvés une issue pour la liberté sexuelle et une autonomie avec l'homme dominant.

²² M. LANCELIN , « Quelques éléments de réflexion sur les problèmes d'épargne et de crédit », en Technique financière et développement dans l'esprit d'entreprise, ED AUPELF-UREF, Paris,1993, P .4

- **Le besoin d'appartenance :** Marginalisée, en entreprenant, la femme a besoin d'un bon entourage et d'accompagnement. Elle a besoin d'une large appartenance dans des groupes que ce soit familiaux en premier lieu ou même relationnels ou sociaux.
- **Le besoin d'estime :** L'entrepreneuriat, pour la majorité des femmes est un bon moyen d'aide pour une forte personnalité et prendre confiance en elles. Pour elles, entreprendre signifie le pouvoir d'influencer les décisions de leurs entreprises, être fière de son travail et avoir une grande responsabilité. Pour se faire respecter, une grande partie des femmes entrepreneures pensent, de manière générale, devoir faire preuve de plus d'autorité que les hommes.
- **L'innovation :** « L'entrepreneur est l'investigateur » Schumpeter. Le principal moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation. Comme son homologue, les femmes en général et les femmes enrôlées sont dotées de la créativité, que ce soit dans de nouveaux services ou dans de nouvelles organisations ainsi que dans les voies particulières utilisées par les femmes pour contourner les normes dans différents domaines.
- **Preneuse de risque :** Une bonne entrepreneure n'est pas de nature à attendre que les choses se réalisent d'elles-mêmes, elle provoque la réalisation des choses. Connu pour ses précautions aussi, mais tout au long de son aventure entrepreneuriale, la femme entrepreneure prend des risques que ce soit dans les décisions qu'elle prend au quotidien ou dans l'adaptation à toute nouvelle situation pour garantir la continuité de l'entreprise.
- **Patience :** Le succès professionnel n'arrive, dans la majorité des cas, qu'après des dures épreuves, de sacrifices, les entrepreneures font preuve de patience et ne cherche pas à avoir un résultat dans l'immédiat, à ses efforts.
- **Passion :** La plupart des femmes entrepreneures qui réussissent et qui connaissent du succès dans leurs vies professionnelles, étaient de celles qui étaient passionnés avant d'entreprendre.
- **Organisation :** L'un des piliers fondamentaux de l'entrepreneuriat en général ou l'entrepreneuriat féminin en particulier est l'organisation. Or, la femme aussi connue

maniaque et bien organisée, ce caractère augmente les chances de réussite de la femme dans la vie entrepreneuriale.

1.5. Les différentes approches de l'entrepreneuriat féminin

Comme nous avons pu le constater, l'entrepreneuriat féminin est un domaine qui est toujours d'actualité. Etant donné que la femme est à l'avant-garde de ce concept, les différentes idéologies se distinguent fortement :

1.5.1. Approche fonctionnaliste

Les fonctionnalistes²³ partent du principe où la femme est inférieure à l'homme, car ils naissent avec des rôles sexués. Cette approche part du naturalisme qui distingue deux corps, deux sexes, deux genres. Les fonctionnalistes estiment que, physiologiquement et psychologiquement parlant, la femme serait moins prédisposée à entreprendre car elle ne possède pas les compétences adéquates contrairement à son homologue masculin qu'on qualifie de viril.

Une virilité qui se manifeste par une domination constante à l'égard de la femme. Ainsi, pour ces chercheurs, l'infériorité de la femme la rendrait inapte à entreprendre « *La conclusion générale de ces travaux n'est guère surprenante : les femmes, a priori, seraient moins capables ou moins compétentes que les hommes pour l'entrepreneuriat, a priori perçue et a fortiori construite comme une activité masculine* »²⁴; indique CONSTANTINIDIS

1.5.2. Approche féministe

Les féministes, quand elles, voient les choses différemment. Les femmes sont les égaux de l'homme or nous trouvons deux courants différents : le féminisme libéral et le féminisme social.

Pour le féminisme libéral, les femmes sont aussi bonnes à l'entrepreneuriat que les hommes mais la société patriarcale engendre des stéréotypes, des préjugés et des valeurs rétrogrades en défaveur de la femme. Pour les tenants de ce courant, tous les êtres humains

²³C. CONSTANTINIDIS, « Femmes entrepreneures », in Pierre-Marie Chauvin *et al.*, Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2014.

²⁴ C. CONSTANTINIDIS, *op. cit.*, p. 290.

sont égaux et seules la misogynie, le sexisme et la discrimination représentent un obstacle pour les femmes désirant entreprendre.

«Au fur et à mesure que les femmes obtiendront un accès aux ressources et aux occasions équivalent à celui des hommes, les différences psychologiques devraient s'estomper »²⁵

La théorie du féminisme social, aussi connu sous les noms de *féminisme de la différence* ou de *féminisme maternel*²⁶, émerge dans les années 90 et impose une approche innovante par rapport aux deux précédentes. Ainsi, les socialistes estiment qu'à chacun sa façon d'entreprendre. Pour eux, les hommes et les femmes sont complètement différents et que les femmes possèdent leur propre style de gestion ainsi qu'un ensemble de valeurs et de caractéristiques qui pourraient être vues non pas comme des freins mais plutôt comme des ressources.

De ce fait, pour les féministes socialistes appuient l'idée d'un entrepreneuriat genré car les femmes n'entreprendraient pas de la même façon, n'entreprendraient pas pour les mêmes raisons et elles ne concevraient pas la réussite entrepreneuriale selon les mêmes critères.

« L'idée d'un nouveau modèle féminin d'entrepreneuriat repose sur l'hypothèse que les femmes entrepreneures constituent un groupe homogène, avec un ensemble commun de valeurs ou de caractéristiques naturelles. (...) Hommes entrepreneurs et femmes entrepreneures sont perçus comme deux groupes homogènes et distincts ; aucune similarité ou interdépendance entre ces groupes, ni la diversité au sein de chacun, ne sont prises en compte. »²⁷

1.5.3. Approche socioconstructiviste

Cette approche, aussi appelée approche par les capacités, dénonce la méthodologie et les choix épistémologiques des autres théories. D'après ces dernières, les autres approches appuient leurs études sur *une dichotomie entre masculin et féminin*²⁸. Toutes les recherches réalisées auparavant se sont focalisées sur la sexualisation des rôles et ont considéré l'entrepreneuriat selon le référentiel de la domination masculine.

²⁵ Francine RICHER et Louise ST-CYR, avec la collaboration de Nicole BEAUDOIN, *L'entrepreneuriat féminin au Québec*. Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, p 45.

²⁶ CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 293.

²⁷ CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 294-295.

²⁸ CONSTANTINIDIS, C., op. cit., p. 297.

Or, le socioconstructivisme vise à démontrer que l'homme comme la femme peut entreprendre sans que son genre puisse être un obstacle ou un atout mais plutôt la détermination, les motivations et les risques entrepris qui fait la réussite ou l'échec. Il ne s'agit plus de s'intéresser à l'entrepreneuriat féminin comme un seul groupe homogène, mais de faire face à une pluralité d'individus avec des histoires et des parcours différents.

1.6. L'importance de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin est un espace d'évaluation des efforts de l'Etat en faveur de la promotion des femmes mais aussi un cadre pour valoriser le partenariat entre les institutions afin de mieux répondre aux attentes des femmes.

La femme joue un rôle important dans la société, Elle est le premier facteur du développement économique et humain. Elle est plus large que l'instruction. Ce qui fait que la femme a son rôle important dans différents aspects que je découpe comme suite :

- **Familial** : L'entrepreneuriat est, pour la femme, une source d'autonomie, et une force qui l'aide à faire face à la domination masculine, à travers son indépendance financière, pour son aspect personnel. Et une source de stabilité morale et financière pour son aspect familial.
- **Social** : Pour le côté social, la femme opte à créer de l'emploi, comme la majorité entrepreneure, mais aussi pour avoir une place d'acteur privilégié au service de la communauté et surtout à affronter le sexisme et le machisme de la société.
- **Economique** : La femme joue un rôle important dans le développement de l'économie mondiale en général et l'économie de son pays en particulier, car, comme nous pouvons le constater, les femmes dirigent aujourd'hui plus d'un tiers des entreprises dans le monde.

1.7. Obstacles de la femme entrepreneure

Malgré les similitudes entre l'homme entrepreneur et la femme entrepreneure, les études en entrepreneuriat féminin démontrent que les femmes entrepreneures affrontent des problématiques d'affaires pouvant être liées à leur condition féminine :

- **L'accès au financement** : bien que les femmes aient tendance à emprunter moins que leurs homologues masculins, reste sans doute le plus grand obstacle pour les femmes

entrepreneures. Cet obstacle est récurrent à cause de leur manque d'expérience (HIRSRICH et Brush 1986). ORSER, RIDING et MANLEY (2006) attribuent les inégalités des conditions de prêt des femmes entrepreneures à des facteurs reliés à leur projet d'entreprise. Des facteurs tels que la taille, l'âge, le secteur d'activités et le statut juridique de l'entreprise seraient à l'origine des problèmes d'accès au capital des femmes entrepreneures. En somme, deux thèses opposées expliquent l'existence de la problématique d'accès au capital des femmes entrepreneures, à savoir la condition féminine et le profil de l'entreprise.

- **Le manque d'esprit entrepreneurial** : manque de confiance en soi, manque de support de l'entourage, perception négative de la femme entrepreneure,
- **La difficile conciliation entre la vie familiale et la vie professionnelle** : LEVY-TADJINE et al. (2005) ont montré que « l'altruisme et sa conséquence, l'irruption d'acteurs plus nombreux dans le processus entrepreneurial, étaient générateurs de dissonances temporelles marquées entre l'entrepreneure, son entourage et les parties prenantes de l'aventure entrepreneuriales ». En d'autres termes, les affaires d'une femme perturbent sa vie de famille. L'étude réalisée par LEE-GOSSELIN et GRISE (1990) a montré que 32% des femmes entrepreneures considèrent que leur vie professionnelle a eu un impact négatif sur leur vie personnelle.
- **Les valeurs socioculturelles** : Une étude de l'OCDE (2000) montre que les femmes entrepreneures font face à différentes barrières culturelles tel que le conservatisme. Toute société a sa propre culture, une culture qui définit le rôle, les comportements et les devoirs, de chaque individu. Les identités de genre sont essentielles car elles définissent la vie quotidienne de chacun d'entre eux.
- **L'incapacité à identifier les opportunités** : l'accès limité à l'information et le manque de sensibilisation font que les femmes ne se tiennent pas au courant des différentes opportunités qui leur sont offertes. ST-SYR (2001) déclare que les femmes ont tendance à sous-utiliser les réseaux en raison du manque de temps ou d'intérêt.

Section II : La réalité de l'entrepreneuriat féminin dans le monde et en Algérie

En raison de son intégration dans la résolution des problèmes, la communication, la technologie, l'économie et dans quasi tous les domaines, la femme multiplie ses chances d'entreprendre.

En Algérie, plusieurs agences ont été mises à disposition des jeunes entrepreneurs en général et de jeunes femmes entrepreneures en particulier tel que l'ANGEM ou même l'ANADE (ex ANSEJ) pour les accompagner et leur venir en aide financièrement.

Dans cette section, nous allons analyser plusieurs études faites sur l'entrepreneuriat féminin dans le monde avant de nous focaliser sur l'Algérie ou nous mettrons en avant les différents dispositifs mis en faveur des jeunes entrepreneures et les problèmes qu'elles rencontrent régulièrement dans la entrepreneuriale.

2.1. L'entrepreneuriat féminin à travers le monde

Aussi vraisemblable que cela puisse paraître, l'Afrique classée première au monde, avec un taux de 27% de femmes entrepreneures. Cela est dû à la difficulté de vie là-bas, la nécessité de survie pousse les femmes à entreprendre car elles ont deux fois moins de chance d'être embauchées (35% des femmes africaines entreprennent par nécessité)²⁹

Aussi VERHEUL *et al.* (2006) estiment-ils qu'il y a plus de femmes qui entreprennent dans l'économie informelle dans les pays en voie de développement. Notamment dans les pays pauvres et peu industrialisés, nombreuses sont les femmes qui se consacrent à la production alimentaire à petite échelle, comme une manière de subvenir aux besoins de leurs familles. C'est le cas par exemple de l'Ouganda (SNYDER, 2003), où 80 % de toute la nourriture cultivée est produite par des femmes (DAVIS et ABDIYEVA, 2012).

Le soutien et le développement d'un tel type d'entrepreneuriat féminin est un objectif nécessaire pour réduire la pauvreté et permettre aux femmes de se développer (MINNITIET NAUDE, 2010). Certains auteurs partagent l'idée que les femmes des pays en voie de développement seraient plus tournées vers la création par nécessité, contrairement aux femmes des pays développés plus enclines à créer des entreprises par opportunité (LANGOWITZ et MINNITI, 2007 ; BRUSH et COOPER, 2012)

²⁹ <https://information.tv5monde.com/terriennes/women-africa-2019-l-afrique-championne-du-monde-des-femmes-entrepreneures-307910>

L'étude publiée en 2018 par le cabinet Roland BERGER et Women in Africa sur «l'entrepreneuriat en Afrique : une voie vers l'émancipation des femmes ? » révèle que le taux d'entrepreneuriat féminin en Afrique est le plus élevé au monde. Ainsi, l'étude portant sur 54 pays d'Afrique révèle que 24% des femmes créent leurs entreprises. Ce taux atteint 26% en Afrique subsaharienne. Dans cette zone, les femmes sont susceptibles d'entreprendre deux fois plus que sur le reste du continent. Par contre, le taux de création d'entreprise était de 17% en Amérique Latine, 12% en Amérique du Nord, 8% en Europe et en Asie Centrale.

Dans la même logique, aux États-Unis, 48 % des entreprises privées seraient détenues par un actionariat majoritairement féminin et ces entreprises emploieraient près de 19,1 millions de personnes générant environ 2,5 billions de ventes³⁰. De plus, les travaux de CHABAUD et LEBEGUE (2013) mettent l'emphase sur le fait qu'en France les femmes dirigeraient près de 27 % des entreprises de 10 à 149 salariés et 7 % des PME de 150 à 249 salariés.

Dans ses statistiques (2012), le Canada fait mention de 950 000 femmes entrepreneures, ce qui correspond à 35,6 % de la population totale des personnes entrepreneures. Selon le rapport *Women's Entrepreneurship* du *Global Entrepreneurship Monitor* (Kelley *et al.*, 2015), les intentions entrepreneuriales des femmes au Canada sont plus faibles que celles des hommes (12,5 % chez les femmes contre 21 % chez les hommes) et le taux d'activité entrepreneuriale, un indicateur mesurant le pourcentage de la population adulte (18 à 64 ans) qui a amorcé le processus de créer une entreprise ou qui en a récemment créé une, est de 10 % pour les femmes et de 16,5 % pour les hommes. En revanche, le taux de fermeture des entreprises au Canada est plus faible chez les femmes (1,8 %) que chez les hommes (2,2 %).³¹

Selon le rapport *Survey on Financing and Growth of Small and Medium Enterprises* de Statistique Canada (2011c), la proportion de PME dans lesquelles les femmes détiennent de 1 % à 100 % des actions varie de 53,7 % (dans les Prairies) à 37,8 % (au Québec). Dans la catégorie où les femmes détiennent 50 % ou plus des actions de la société, la région des

³⁰ SWERSKY, GORMAN et REARDON, *We've Got the Power: Rise of Women Entrepreneurs*, New England Journal of Public Policy, volume 22, article 7, 2007.

³¹ Sophie BRIERE et al. « L'entrepreneuriat féminin autochtone : limites des approches existantes et nouvelles perspectives endogènes. » *Recherches féministes*, volume 30, numéro 1, 2017, p. 141–160

Prairies (23,4 %) et celle de la Colombie-Britannique (21,9 %) arrivent en tête de liste, alors que le Québec (9,7 %) est en fin de peloton.³²

Toutefois, c'est dans la région de l'Atlantique (19,6 %) et au Québec (15 %) que l'on trouve la plus forte proportion de femmes propriétaires à 100 % des actions de leur entreprise.

Le rapport de l'*Indice entrepreneurial québécois* (Fondation de l'entrepreneurship, 2014) souligne également que depuis les années 2000, les femmes entrepreneures sont de plus en plus nombreuses au Québec. Les résultats montrent que 10,3 % des femmes étaient propriétaires d'une entreprise en 2014 comparativement à 5,5 % en 2009. De plus, 14 % des femmes, qu'elles soient déjà en affaires ou non, envisagent de lancer ou de reprendre une entreprise.³³

2.2. L'entrepreneuriat féminin en Algérie (chiffres ONS)

En examinant les données de ces trente dernières années selon l'ONS (2016), on constate une évolution dans l'emploi féminin en Algérie. Ainsi, l'évaluation initiale de l'emploi féminin en Algérie dans les années 70-80 met en évidence la vulnérabilité sévère de la participation du sexe féminin sur le marché du travail. On estime alors : 138234 le nombre de femmes occupées en 1977 ; représentant un taux de 5,91 % de l'ensemble de la population occupée globale. Ce taux faisait le chiffre de 7,15 % en 1989.³⁴

Dans les années 1990, on enregistre une croissance flagrante du taux de participation féminine à l'emploi (15,57 en 1997), cette croissance a continué jusqu'à atteindre un taux de 18% dans les années 2000 (postes principalement occupés du secteur public). En 2008, on enregistre une petite baisse de l'activité féminine (15,6%) pour atteindre les 15,3% en 2009. Or après cette crise, le taux croit de nouveau pour atteindre les 18,8% de la population active soit 2 145 000 de femmes en 2012. En quarante ans, l'emploi féminin a donc été multiplié par quatre pour arriver à 20,40 % en 2016.

Or, bien que cette tendance ait été bénéfique pour l'économie du pays, le taux de chômage féminin quant à lui stagne entre 16,5 et 17,5% depuis plus de dix ans arrive en 2016

³²Sophie BRIERE et al. « L'entrepreneuriat féminin autochtone : Portrait des obstacles, des facteurs facilitants et des mesures de soutien spécifiques. » Recherches féministes, volume 30, numéro 1, 2017.

³³Mihai IBANESCU et Rina MARCHAND et al, Un regard sur l'entrepreneuriat féminin Indice entrepreneurial québécois 2017 du Réseau M de la Fondation de l'entrepreneurship, Institut d'entrepreneuriat, Montréal, novembre 2017.

³⁴ Journée Africaine de la Statistique, Office National des Statistiques, Alger, le 18 Novembre 2012.

à 20%. Contrairement au taux de chômage masculin qui a subi depuis les mêmes dix années une décroissance passant de 15% en 2005 à 8,2% en 2016.

Les femmes sont majoritaires à rejoindre l'emploi salarié (77,5% des femmes occupées), la plupart travaillent pour le secteur public (78% contre 67,8% chez les hommes en 2016) ou dans le secteur du commerce - services. Les femmes sont aussi majoritaires à avoir des contrats à temps partiel (presque la moitié 45,2% a un contrat de moins de 40 heures par semaine).

Le chômage touche principalement les femmes diplômées de l'enseignement supérieure (24,7% du total du chômage des femmes) ou de la formation professionnelle (21,3%). Plus de la moitié des femmes qui sont au chômage déclarent avoir travaillé préalablement dans une administration (53,5%) ou dans le secteur des services (34,9%). Pour la plupart des cas il s'agit d'un chômage de longue durée (environ 37,9% d'une durée supérieur à 24 mois). La moitié des femmes déclarent quitter leur emploi car celles-ci arrivent à l'échéance du contrat (49,8%) ou pour des raisons familiales (15,2%). Cette dernière raison constitue également la principale cause des femmes qui ne cherchent pas d'emploi (61,3%).

2.2.1. L'entrepreneuriat féminin en stagnation

Le même paradoxe s'applique à l'entrepreneuriat féminin. Les statistiques montrent une stagnation du nombre d'entrepreneures femmes pendant cette dernière décennie. Malgré l'augmentation du nombre d'entrepreneures, les dernières années ont vu une chute importante du taux d'entrepreneuriat féminin.

Ainsi, le taux d'entrepreneuriat masculin s'est maintenu plus ou moins progressif tandis que celui des femmes, après avoir subi une légère progression au début des années 2000, se trouve sur une tendance décroissante et stagne autour de 13%, et qui baisse même en 2016 pour se situer à 10,1%. Aujourd'hui, un entrepreneur sur huit est une femme, alors qu'en 2006 c'était un entrepreneur sur cinq. De là, nous constatons que la femme fait face à des contraintes supplémentaires ou plus marquées qui la pousse vers l'emploi salarié.³⁵

Selon l'Office national des statistiques (ONS) le nombre de femmes indépendantes est de 394 000 en 2016. Une des premières conclusions à tirer est que la moitié des femmes indépendantes sont des artisanes l'autre moitié, sont de micro entreprises (des secteurs

³⁵ Organisation Internationale du Travail 2017, Evaluation national du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Première édition 2017.

services ou commerce) ou des femmes exerçant dans l'agriculture. Seulement 0,3% des femmes gèrent des entreprises de statut personne morale. Les entrepreneures femmes sont plus présentes dans les zones urbaines du Nord de l'Algérie, en particulier dans les grandes agglomérations urbaines (Alger, Oran, Constantine).³⁶

2.2.2. Les femmes et l'emploi informel en Algérie

Par définition, l'emploi informel est un secteur qui se caractérise, d'une façon générale, comme étant constitué d'unités de production qui opèrent typiquement à petite échelle, avec un faible niveau d'organisation, avec peu ou pas de division entre le travail et le capital en tant que facteurs de production et avec l'objectif premier de créer des emplois et d'engendrer des revenus pour les personnes concernées.

Pour les besoins statistiques, le secteur informel est défini en fonction des circonstances nationales comme un ensemble d'entreprises non constituées en sociétés appartenant à des ménages, qui produisent au moins quelques produits pour le marché mais qui ont soit moins d'un nombre spécifié de salariés et/ou qui ne sont pas enregistrées selon les formes spécifiques de la législation nationale ; l'enregistrement peut se référer, par exemple, à l'inscription prévue par les obligations fiscales ou des cotisations de sécurité sociale ou d'autres dispositions administratives.³⁷

En Algérie, plus de la moitié des femmes entrepreneures choisissent le travail informel. Cela est dû majoritairement aux différents obstacles que la femme entrepreneure rencontre lors de son parcours. En effet, toutes les femmes n'ont pas l'audace ni le mental qu'il faut pour défier la société et ses préjugés ou encore abandonner leurs enfants et leurs foyer pour travailler, alors celles-ci choisissent le travail à domicile (91,7 % des travailleuses indépendantes ne sont pas affiliées au régime de la sécurité sociale, dont 82 % exercent à domicile)³⁸.

Il s'agit des activités précaires, qui demandent peu de capital de départ et un savoir-faire, telles que les activités artisanales qui font appel à une main-d'œuvre jeune et peu qualifiée concentrée essentiellement dans la branche textile-confection (habillement, cuir,

³⁶ 10. Djoher ABDERRAHMANE et Rachida IMEKHELAF, L'entrepreneuriat Féminin en Algérie : Entre Défis et Contraintes Women Entrepreneurship in Algeria: Between Challenges and Constraints, Université Oran2 Mohamed Ben Ahmed, Al Bashaer Economic Journal, Vol.6, n°1, Avril 2020.

³⁷ OCDE, Le système de comptabilité nationale, 1993 - Glossaire, 2000.

³⁸ ONS, 2012.

chaussures...), suivi par les services non marchands (19,4 %). Il s'agit souvent de fillettes généralement exclues du régime scolaire et formées dans des centres de formation professionnelle.

2.2.3. Dispositifs de soutien et de financement des PME/TPE

Le taux de chômage dans le monde est de plus en plus élevé. Ce taux de chômage élevé s'explique en partie par le fait que les chercheurs d'emploi n'ont pas les compétences requises par le secteur privé et qu'ils ne peuvent les développer sans avoir la possibilité d'apprendre par le travail. Une autre raison est que les entreprises sont incertaines quant aux compétences des chercheurs d'emploi débutants, en particulier dans le cas des jeunes femmes, qui sont touchées de façon disproportionnée par cette situation de crise mondiale.

Le taux de chômage dans le monde en 2021 est quasi stable avec 8,1% au sens BIT³⁹, et en Algérie le taux s'élève à 14,54%⁴⁰. Pour faire face à ce phénomène, l'Algérie a mis à la disposition des jeunes porteurs de projets, des aides financiers et moraux, et accompagne ses jeunes porteurs de projets et créateurs d'emplois, à travers ses agences nationales que nous présenterons dans cette section.

- **ANADE** : appelée **Agence Nationale D'appui Et Du Développement De L'entrepreneuriat**, auparavant appelée **ANSEJ** (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes) est un organisme algérien qui, comme son nom l'indique, soutiens, aide et accompagne les jeunes ayant un objectif et une idée de développement à la création de leurs entreprises, à atteindre leurs objectifs et à la réalisation de leurs projets.
- **ANDI** : dont le nom complet est l'**Agence Nationale de Développement et de l'Investissement**, est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale.

³⁹ www.insee.fr

⁴⁰ www.statista.com

- **CNAC** : la **Caisse Nationale d'Assurance Chômage**, met en application le régime juridique d'indemnisation du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi pour des motifs économiques.
- **ANGEM** : de son nom complet **Agence Nationale de Gestion du Microcrédit**, est une agence qui vient en aide et accompagne les jeunes dans création de mini entreprises en particulier ou d'entreprises en général, via deux services :
 - **Financement AMP** : est un prêt pour achat de matière première qui s'agit d'un micro crédit qui ne dépasse pas les 100.000DA (qui s'élève à 250.000DA dans dix wilayas du sud de l'Algérie), dont le remboursement s'effectue dans un délai qui ne dépasse pas les 36 mois.
 - **Financement triangulaire** : comme son nom l'indique, le financement se présente en trois partis :
 - un prêt bancaire de 70% ;
 - un prêt de l'ANGEM de 29% ;
 - un apport personnel de 1%.

Et dans crédit peut atteindre jusqu'à 1.000.000DA, dont le remboursement d'effectue dans un délai de 8ans⁴¹

2.2.4. L'intention entrepreneuriale féminine en Algérie et ses déterminants

De même que ce que nous avons vu précédemment, l'entrepreneure algérienne ne se démarque pas des autres femmes entrepreneures occidentales, elle jouit des mêmes motivations. Toutefois, la culture de celle-ci diffère ce qui engendre une différence de facteurs de l'intention et des obstacles rencontrés.

a. Les facteurs individuels :

- **La personnalité** : par là nous entendons le leadership féminin. En effet, les femmes disposent d'un certains leadership et d'un savoir-faire tel que prêter l'attention aux moindres petits détails et faire en sorte que tout soit parfait. Ce trait de caractère peut s'avérer très utile lors de la création de son entreprise

⁴¹ Informations obtenues auprès de l'agence ANGEM de Béjaïa.

- **La prise de risque** : «décider, c'est choisir un univers incertain notamment, c'est prendre un risque en espérant que le choix s'avèrera *a posteriori* judicieux» (PERSAIS, 2003). contrairement à leurs homologues, les femmes ne prennent pas assez de risque. Des recherches ont démontrés que les hommes ont tendance à prendre plus de risque en matière d'entrepreneuriat que les femmes.
- **Les motivations** : En Algérie, les entrepreneures se divisent en deux, celles qui sont motivés par l'indépendance financière et l'accomplissement de soi (motivation pull) et l'autre moitié qui est poussé à entreprendre par nécessité (motivation push)
- **La perception** : En psychologie, la perception est la prise de connaissance sensorielle d'objets ou d'événements extérieurs plus ou moins complexes. Il s'agit de la capacité à capter et analyser les différentes informations de l'extérieur. En général cette caractéristique est présente chez les femmes ayant suivi des formations en entrepreneuriat

b. Les facteurs environnementaux

- **L'entourage** : La famille définie comme « une communauté de personnes réunies par des liens de parenté» est un déterminant important de l'entrepreneuriat féminin en particulier dans un contexte socioculturel comme celui de l'Algérie. En effet, la femme est le fruit de son entourage. C'est-à-dire que si elle a des proches entrepreneures, l'envie d'entreprendre sera plus grande. Or si sa famille est contre l'idée, dans ce cas elle devra choisir entre respecter leur volonté ou bien se rebeller et entreprendre ce qui constituera un énorme combat pour son accomplissement personnel.
- **La culture** : nous entendons par là l'innovation constante. C'est-à-dire, que la femme entrepreneure ne doit pas se limiter à ses connaissances mais au contraire elle doit constamment apprendre de ses aîeux plus expérimentés à fin d'évoluer, d'innover, et de trouver la meilleure façon de faire, sans compter que le différentes formations en entrepreneuriat jouent un rôle important dans l'intention entrepreneuriale.

- **La religion** : pour beaucoup de femme la religion ne constitue pas un obstacle, car celle-ci reste du domaine privé. Or en Algérie, pour certains extrémiste, la femme est considérée comme une ménagère et ne doit pas s'épanouir professionnellement car elle dépend de son tuteur.
- **Les groupes de références** : les femmes entrepreneures font souvent parties d'un groupe d'individus qui partagent les mêmes valeurs. Ces individus sont majoritairement des femmes qui s'entraident entre elles, se motivent et qui ont des influences les uns sur les autres.
- **Les institutions et organismes de soutien** : ce sont des institutions mis en place par l'état pour apporter de l'aide aux personnes désirantes de créer leur propres entreprises. Nous trouvons l'ANSEJ, l'ANGEM, le CNAC et l'ANDI

2.2.5. Pressions et obstacles de l'entrepreneuriat féminin

Les femmes cadres sont souvent victimes d'un plafond de verre et rencontrent de nombreux obstacles pour parvenir aux plus hautes fonctions. Dans un pays tel que l'Algérie, qui affiche une politique démocratique et de diversité développée, malgré les différents types d'aide que proposent plusieurs agences publiques soient-elles ou privés, pour venir en aide aux jeunes chômeurs et porteurs de projets, notre étude montre qu'au-delà des obstacles liés à la politique, la femme demeure toujours victime et des obstacles persistent au niveau individuel, mais aussi au niveau de la culture sociale, organisationnelle ou nationale.

a. Climat des affaires

« Incapable », « c'est un domaine pour les hommes » ou encore « vous êtes une femme vous ne pourriez pas comprendre », sont les phrase aux quelles les femmes font face au quotidien dans le milieu professionnel. La femme est toujours face à la discrimination masculine même au niveau professionnel. Or malgré qu'elles soient quasiment dans tous les domaines et tous les secteurs d'activité, et l'ex président des FCE en Algérie encourageaient les femmes et les jeunes à se lancer dans l'entrepreneuriat à travers la création de couveuses d'entreprises dans les wilayas et l'accompagnement des porteurs de projets, mais le climat reste stagné et la femme est toujours en position défensive.

b. Les barrières socioculturelles

La technologie a apportée à rapprocher l'humanité et a apportée des changements positifs au niveau civilisationnel, or, y a toujours des sociétés dans lesquelles la place de la femme est à la maison. Nous développons :

- **La discrimination sociale :** L'un des plus grands obstacles qu'affronte la femme entrepreneure dans sa vie professionnelle est sociétal. Femme au foyer, étant le seul domaine de travail que réserve la société algérienne à la femme, cette dernière affronte, en plus d'autres barrières professionnelles, les idées discriminatoires de la société.
- **Préjugés et poids des stéréotypes :** plus de la discrimination sociale, la femme est aussi victime de jugements. « Incapable », « c'est un domaine pour les hommes » ou encore « vous êtes une femme vous ne pourriez pas comprendre », sont les phrase auxquelles les femmes font face au quotidien dans le milieu professionnel
- **Les barrières culturelles :** La discrimination sociale est, dans la majorité du temps, née dans les barrières culturelles. Or, dans plusieurs cultures en Algérie, nous trouverons favorisent et soutiennent la domination masculine, parfois c'est des femmes qui s'opposent à la liberté féminine à cause des traditions culturelles.
- **Religion :** Le prétexte religieux est de plus en plus présent pour faire face à la liberté personnelle soit-elle ou professionnelle. Dans une société purement religieuse, la femme est interdite de sortie et de rencontre avec le sexe opposé.

c. La charge domestique et responsabilité familiale

La femme est plus connue pour sa charge familiale, elle affronte au quotidien ses problèmes personnel au détriment de sa vie professionnelle. Entre les tâches ménagères et les enfants à élever, la femme algérienne n'a plus la force de travailler en dehors de chez elle.

Conclusion

Ce qui fait que, l'entrepreneuriat féminin a plusieurs avantages dans les différents aspects mais aussi rencontre de multiples obstacles financiers, sociaux ou même environnementaux, qui sont d'ailleurs surmontables selon le degré de motivation, la volonté, l'ambition et l'importance que donnent les femmes à leurs projets. Tout de même le nombre des entrepreneures ne cesse d'augmenter dans le monde entier et en Afrique, qui est première en termes de femmes qui entreprennent, en particulier.

Dans le cas de l'Algérie nous constatons que, malgré les obstacles rencontrés par les femmes, leurs personnalités, leurs motivations et leur soif de liberté les encourage à aller emmener à terme leurs projets et à la réalisation de leurs rêves. Ces statistiques avancées précédemment prouvent la bonne volonté et la détermination des femmes pour faire face à la supériorité masculine et à des sociétés patriarcales.

CHAPITRE III

L'ENTREPRENEURIAT FEMININ, CAS DE

LA REGION DE BEJAIA

CHAPITRE III

L'ENTREPRENEURIAT FEMININ, CAS DE LA REGION DE BEJAIA

Introduction

La femme entrepreneure est désormais reconnue comme l'une des sources de la croissance, de la création d'emploi, de l'innovation et de la richesse (ARAZTI, 2008).

Ce chapitre met en avant les données collectées d'une enquête sur un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Béjaïa. L'objectif est de caractériser le profil de ces femmes entrepreneures ainsi que le profil de leurs entreprises. La première section est consacrée à la méthodologie suivie lors de l'enquête de terrain alors que la seconde section est dédiée à l'analyse des résultats collectés ainsi que leurs commentaires.

Section I : Méthodologie de l'enquête de terrain

Dans cette section nous analyserons des données que nous avons recueillies au niveau de différentes agences nationales sur le taux des femmes entrepreneures en Algérie et au niveau de la wilaya de Béjaïa. Nous présenterons également l'échantillon des femmes entrepreneures interrogées et la manière dont notre enquête de terrain s'est déroulée.

1.1. Statistiques sur les femmes actives à Bejaia

Lors du déroulement de notre enquête, nous avons pu recueillir des statistiques sur les femmes actives de Béjaïa au niveau du CNRC et de l'ANGEM. L'ANADE (ex ANSEJ), quant à elle, a refusé de nous fournir le nécessaire.

1.1.1. Statistiques recueillies au niveau du CNRC

A la fin de février 2021, le CNRC enregistre **2.145.067** commerçants inscrits au registre du commerce, dont :

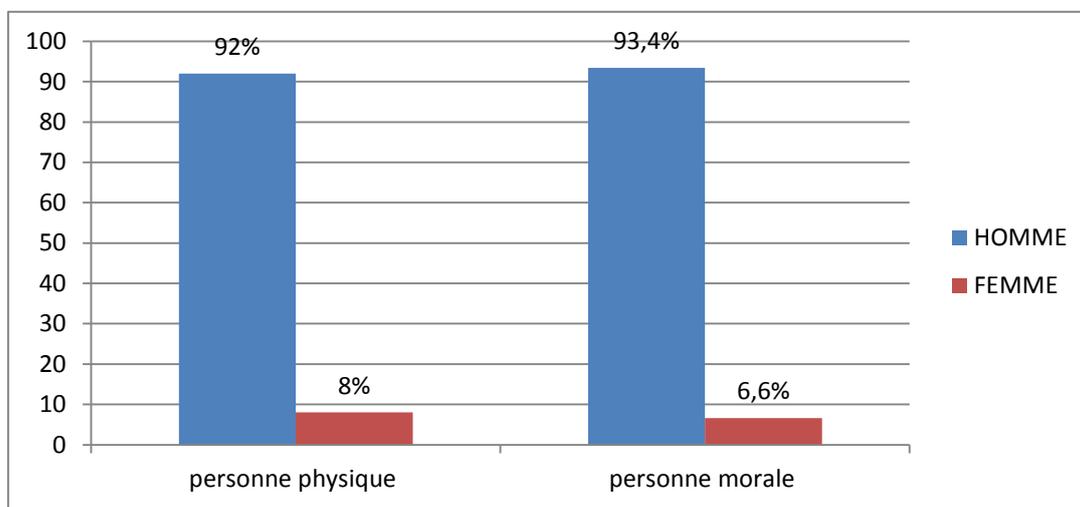
- **1.932.165** personnes physiques (**90,1%**) ;
- **212.902** personnes morales (**9,9%**).

Parmi ces commerçants, **168.987** sont des femmes commerçantes dont :

- **155.031** personnes physiques ;
- **13.956** personnes morales (gérantes de sociétés).

Les femmes commerçantes représentent **7,9%** du total des commerçants inscrits au registre du commerce.

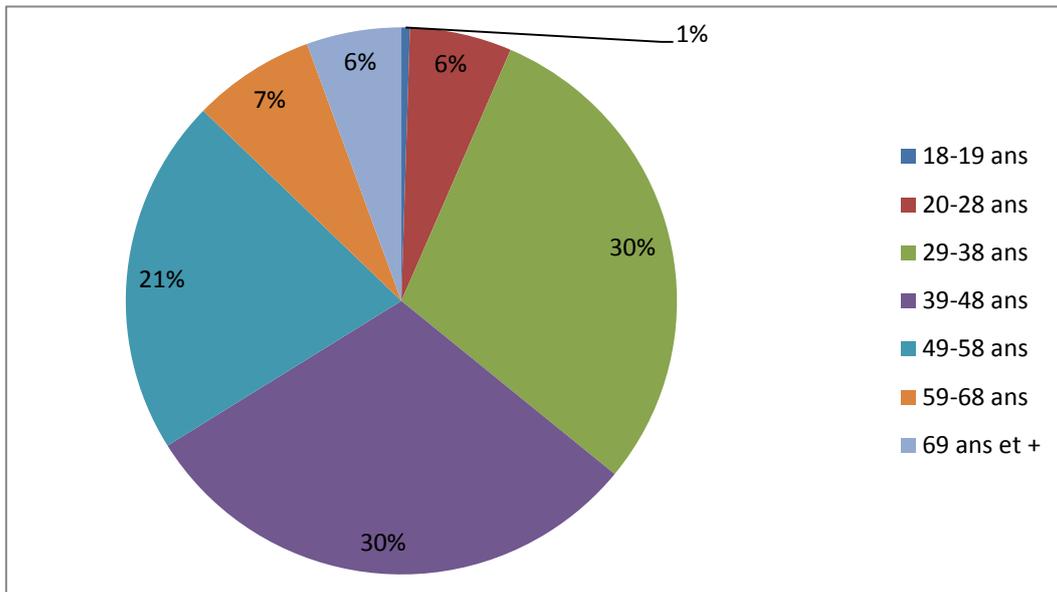
Figure N°1 : Répartition du taux des registres de commerce enregistrés fin février 2021 selon le genre



Source : Etabli par nos soins à partir des données recueillies du CNRC, Bejaia, 2021.

Nous constatons que le taux des hommes possédant un registre de commerce correspond à plus de douze fois le taux de femmes possédant un registre de commerce. C'est-à-dire que sur 13 personnes possédant un registre de commerce 12 sont des hommes et seulement une d'entre elle est une femme.

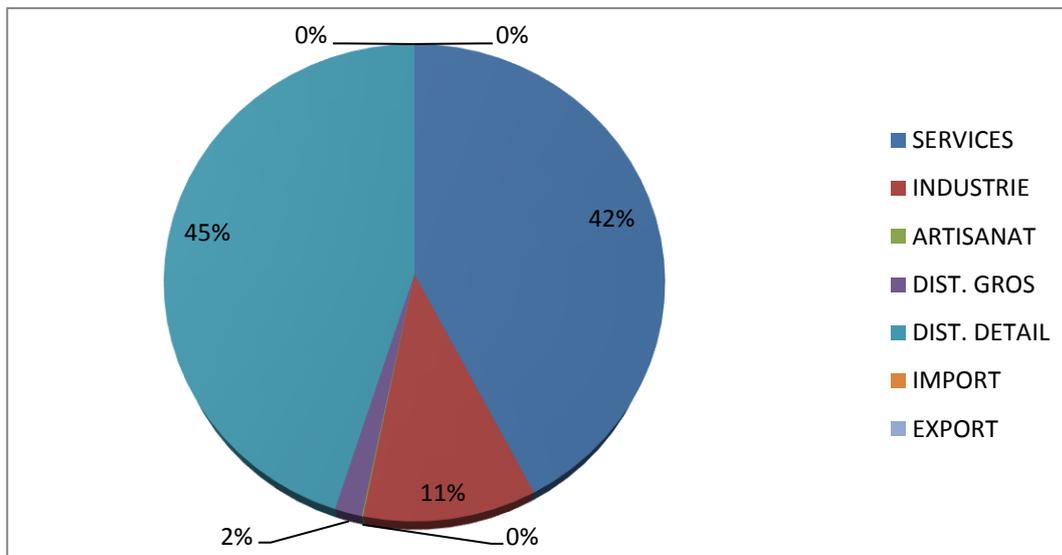
Figure N°2 : Répartition des femmes commerçantes (actives - personnes physiques) inscrites au registre du commerce par tranche d'âge fin février 2021



Source : Etabli par nos soins à partir des données recueillies du CNRC, Bejaia, 2021

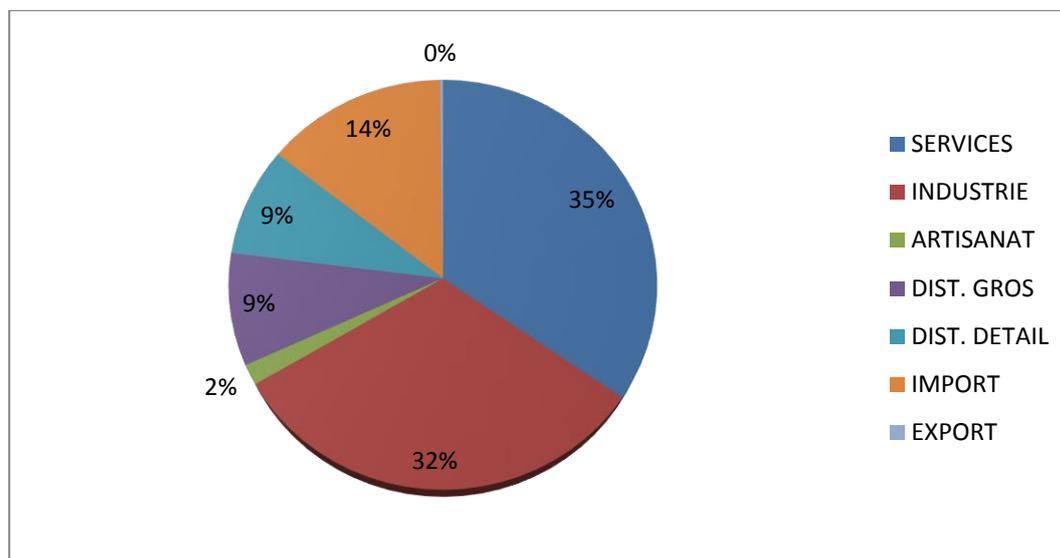
Ici, nous remarquons que les femmes les plus actives sont âgées entre 29 et 48ans. Les plus de 50ans représentent également un pourcentage assez élevé de la population féminine active. Par contre, les moins de 30ans représentent un taux infime de l'entrepreneuriat féminin et cela est dû principalement à la scolarisation des filles.

Figure N°3 : Répartition des femmes commerçantes (actives - personnes physiques) inscrites au registre du commerce par secteur d'activité fin février 2021



Source : Etabli par nos soins à partir des données recueillies du CNRC, Bejaia, 2021.

Figure N°4 : Répartition des femmes gérantes de sociétés (actives -personnes morales) inscrites au registre du commerce par secteur d'activité fin février 2021



Source : Etabli par nos soins à partir des données recueillies du CNRC, Bejaia, 2021.

En analysant les figures 3 et 4, nous voyons clairement que le secteur qui a attiré le plus de femmes cette dernière année est le secteur des services. La distribution de détail et l'industrie viennent juste après. Par contre, l'artisanat, qui est un secteur généralement dominé par les femmes, n'enregistre aucune nouvelle entreprise au cours de l'année précédente.

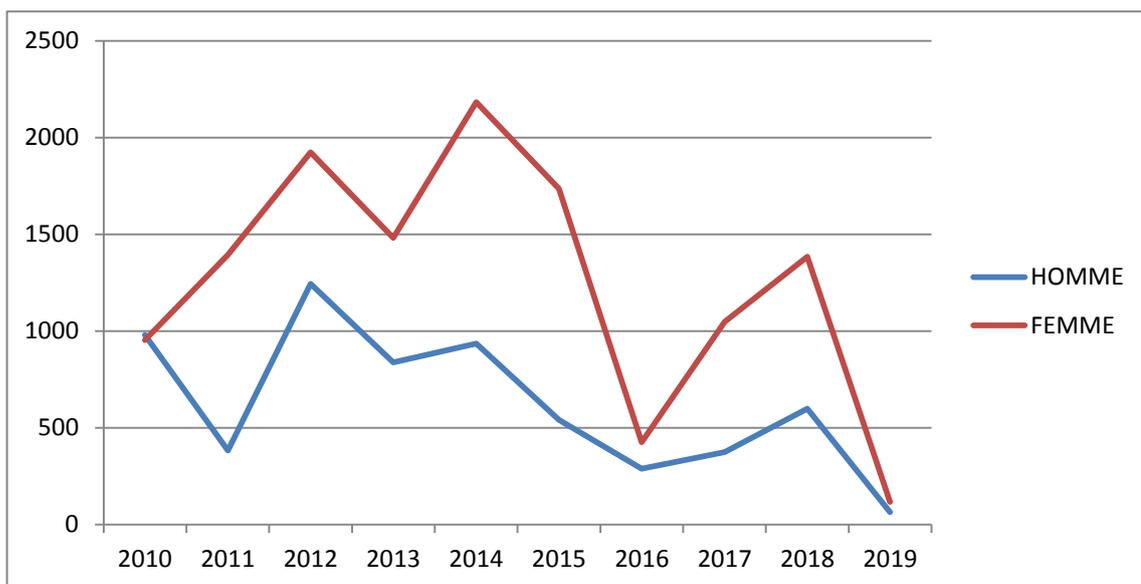
Ces résultats prouvent que les femmes commencent de plus en plus à intégrer le monde des affaires masculin, ce qui est un pas vers l'évolution des mentalités.

1.1.2. Statistiques recueilli au niveau de l'ANGEM

Depuis 2010 jusqu'à 2019, l'ANGEM enregistre un total de 18 892 entrepreneurs bénéficiaires de son aide à Béjaïa, 67% sont des femmes. Nous recensons 13 350 emplois créés grâce à elles.

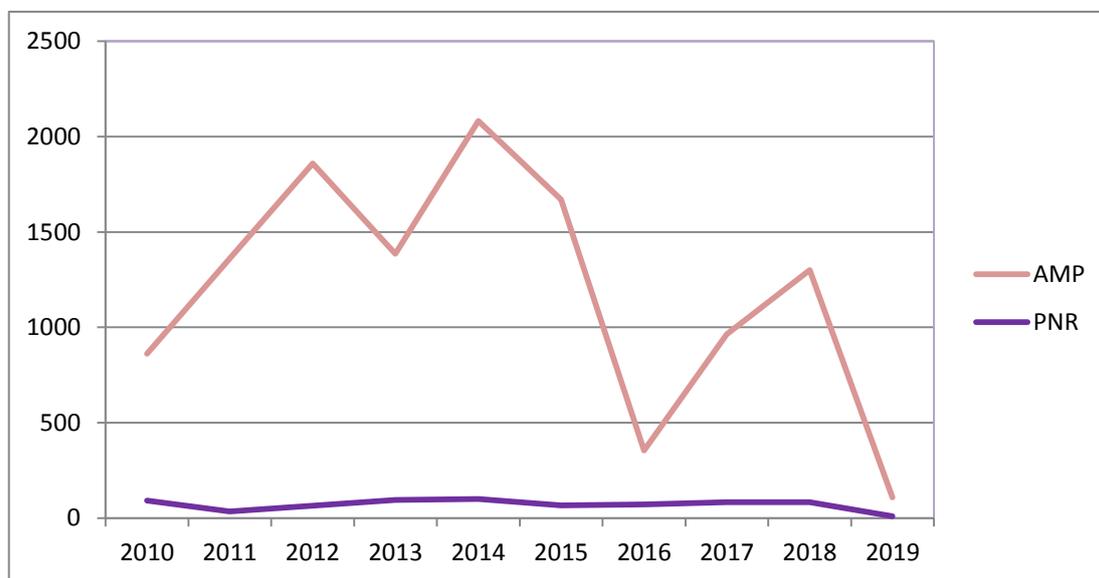
En 2019, nous trouvons 117 femmes bénéficiaires dont 8% d'entre elles ont bénéficié d'un PNR, le reste d'un AMP.

Figure N°5 : Nombre d'entrepreneurs bénéficiaires du micro crédit entre 2010 et 2019



Source : Etabli par nos soins à partir des données recueillies le l'ANGEM, Bejaia, 2021

Figure N°6 : Répartition du nombre de femmes entrepreneures bénéficiaire du micro crédit selon l'AMP et le PNR



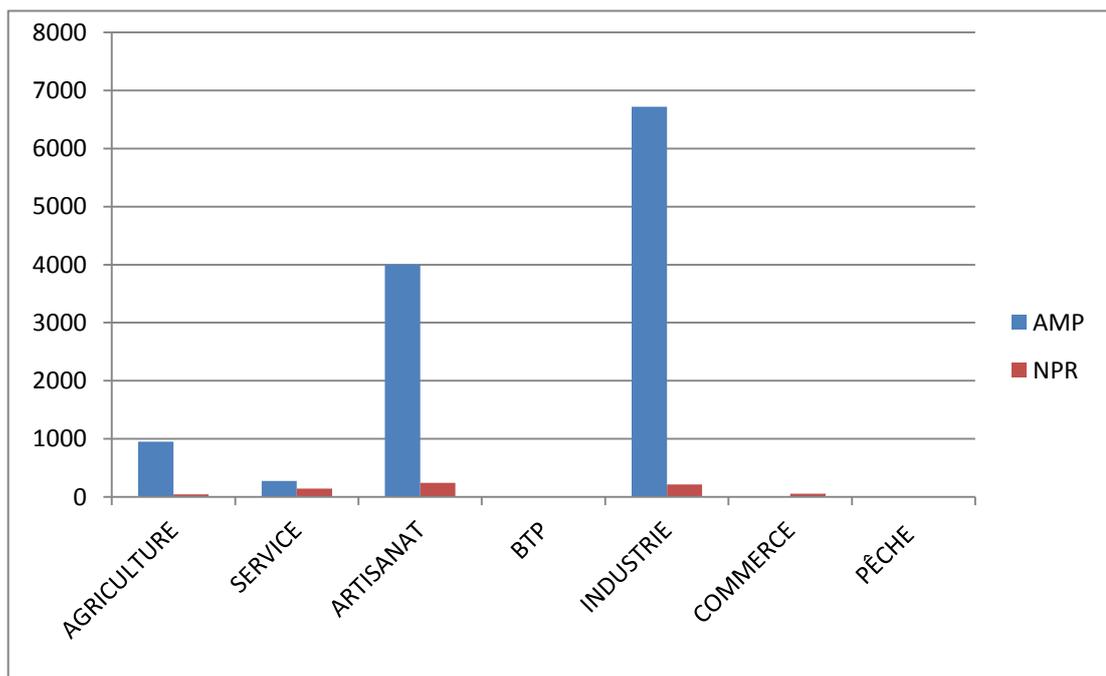
Source : Etabli par nos soins à partir des données recueillies le l'ANGEM, Bejaia, 2021

Dans la figure N°5, nous notons que le taux de femmes bénéficiaires d'un microcrédit a augmenté lors de l'année 2010 jusqu'à 2012, il a baissé ensuite en 2013 pour accroître en 2014. En 2016, le taux baisse de nouveau pour augmenter en 2018.

En 2019, l'ANGEM enregistre son taux le plus faible en 10 ans.

En analysant la figure N°6, nous constatons que la courbe du taux de l'AMP, correspond à la courbe du taux des femmes bénéficiaires d'un microcrédit dans la figure N°5. Cela veut donc dire que plus de la moitié des microcrédits accordés pour les femmes sont des crédits des aides à l'achat de matière première.

Figure N°7 : Répartition du nombre de financement des femmes par secteurs d'activité



Source : Etabli par nos soins à partir des données recueillies le l'ANGEM, Bejaia, 2021

Dans cette figure, nous pouvons constater que le taux des microcrédits à l'achat de matière première accordés pour les femmes est réparti majoritairement entre le secteur industriel et artisanal.

1.2. Présentation de l'échantillon de l'enquête

Afin de collecter le maximum de données, nous avons contacté 43 femmes qui possèdent un registre de commerce ou une carte d'artisan, de différents secteurs d'activités (service, artisanat, santé et industrie) et dans différentes communes de la wilaya de Béjaïa (Béjaïa, Tazmalt, Seddouk, Akbou, Aokas). Or, nous avons récolté comme même 35 réponses (6 n'ont pas répondu, une réponse n'était pas complète et un autre questionnaire n'a pas été récupéré).

Le choix de ces femmes s'est fait via des relations personnelles pour certaines (11 femmes), 10 nous ont été recommandé par notre entourage, et le reste a été soit obtenu sur le site de l'ANGEM, soit choisi au hasard parmi différentes commerçantes.

1.3. Questionnaire et déroulement de l'enquête

Dans le but de recueillir des informations pour répondre à nos questions, nous avons établi un questionnaire composé de vingt-cinq questions qui se divisent en trois axes :

- Le premier axe consiste à identifier le profil de l'entreprise concernée par l'enquête. Nous y trouverons des informations telles que la taille de l'entité, la forme juridique, l'origine de l'activité.
- Le deuxième axe caractérise le profil de la femme entrepreneure. En effet cette catégorie nous permet de recueillir des données sur l'enquêtée : l'âge, la situation matrimoniale, le nombre d'enfants, le niveau d'instruction, les expériences antérieures à la création d'entreprise et les obstacles rencontrés lors du processus de création.
- Le troisième axe nous permet d'identifier la personnalité de la femme entrepreneure, ses motivations et les facteurs nécessaires à la réussite de la création d'entreprise en Algérie.

Nous avons commencé notre enquête au mois de juillet 2021 pour l'achever en septembre de la même année. En raison de certaines mesures de confinement et la distance de certaines femmes, le déplacement n'était pas possible alors nous avons dû créer un questionnaire en ligne (19 réponses récoltées). Un autre sous format papier a été distribué dans la ville de Béjaïa, Seddouk et Tazmalt (16 questionnaires distribués).

Lors de notre enquête nous avons fait face à différents obstacles qui nous ont empêchés de mener notre travail à bien, nous citerons donc la difficulté de trouver les contacts

adéquats, le refus de certaines femmes entrepreneures à nous répondre ainsi que les mesures sanitaires évoquées précédemment.

Tableau N°1 : Statistiques sur l'enquête

QUESTIONNAIRE	QUESTIONNAIRE DISTRIBUE	QUESTIONNAIRE REPLI	QUESTIONNAIRE NON REPLI
FORMAT PAPIER	19	16	3
EN LIGNE	24	19	5
TOTAL	43	35	8
POURCENTAGE	100%	81,4%	16,6%

Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Section II : Analyse des résultats et discussion

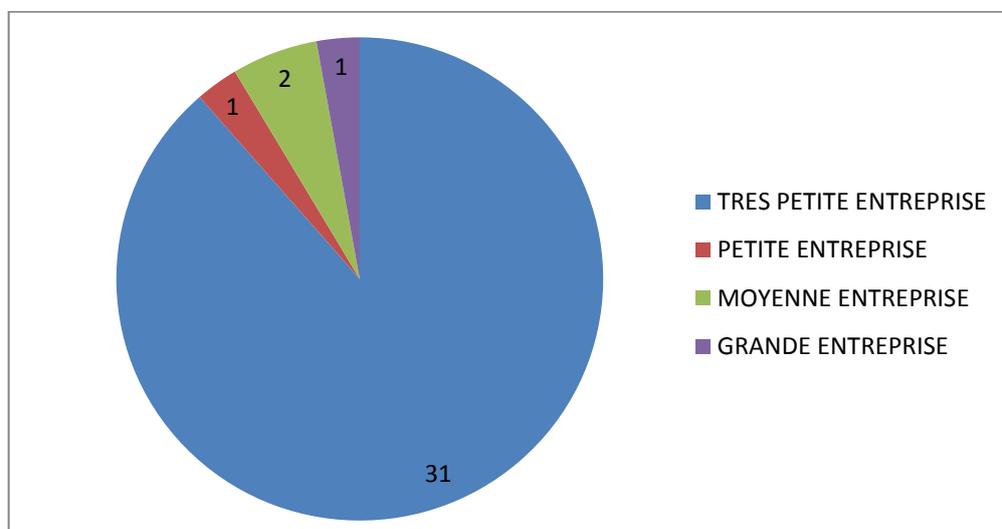
Cette section vise à analyser les données collectées lors de notre enquête de terrain et apporter les réponses à nos questions émises lors de la problématique.

2.1. Profil de l'entreprise

Nous commencerons par analyser le premier axe du questionnaire et nous pourrons ainsi identifier le profil des entreprises gérées par les femmes.

2.1.1. La taille de l'entreprise

Figure N°8 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon la taille de leurs entreprises

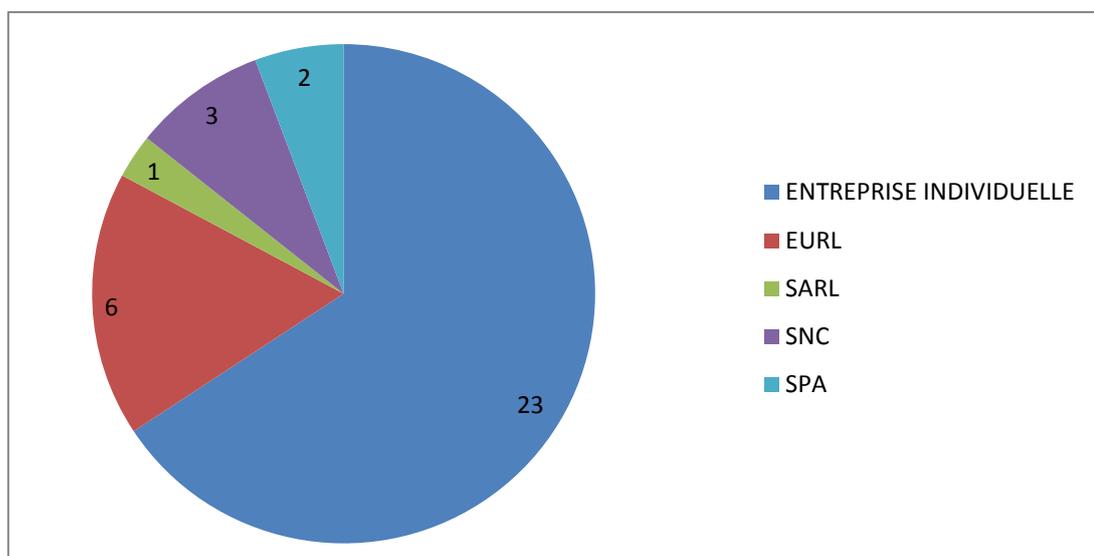


Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Nous constatons que 31 des entreprises enquêtées sont des très petites entreprises, 2 sont des moyennes entreprises mais seulement une seule est une grande entreprise. Cela est expliqué par le fait que les femmes entrepreneures ne consacrent pas le temps nécessaire à leurs vies professionnelles. En effet, être entrepreneur demande beaucoup de sacrifice et de patience et plus l'entreprise est grande plus elle demande du travail.

2.1.2. la forme juridique

Figure N°9 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon la forme juridique de leurs entreprises

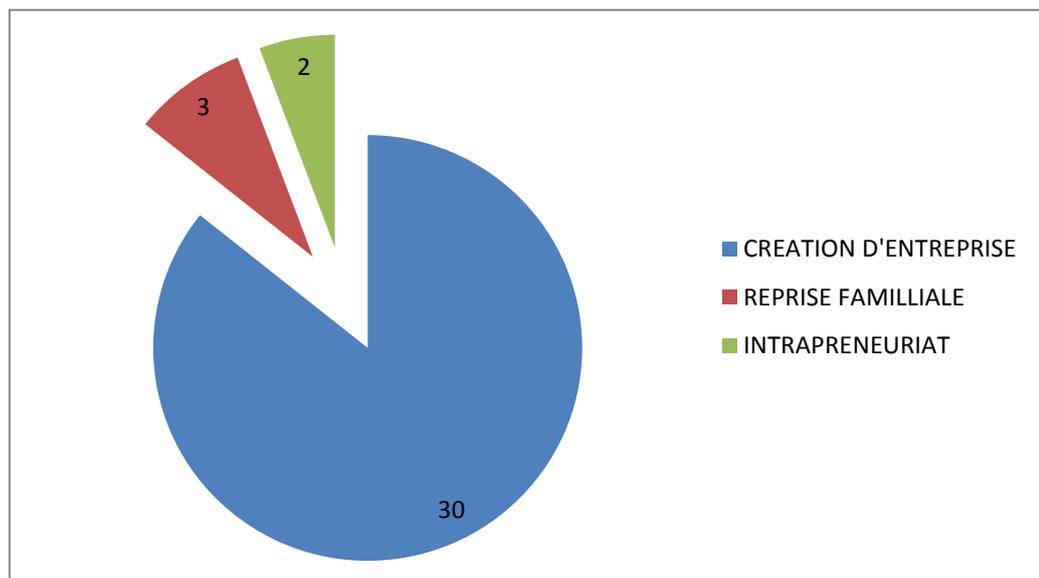


Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Comme nous l'avons souligné dans notre partie théorique, les femmes entrepreneures optent généralement pour un entrepreneuriat informel. Les données ci-dessus confirment cette hypothèse car 23 des femmes entrepreneures interrogées possèdent une entreprise individuelle et 6 sont des EURL. Le reste est réparti entre la SARL, la SNC et la SPA.

2.1.3. La création d'entreprise

Figure N°10 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon la nature de leurs entreprises

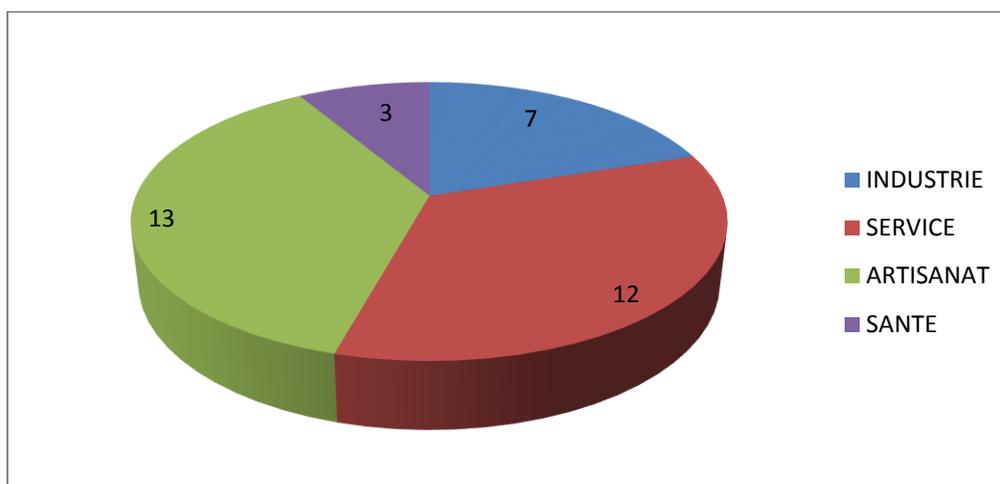


Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Pour la question « l'entreprise est-elle votre création » nous constatons que 30 des femmes interrogées ont créé elles-mêmes leurs entreprises. Pour les cinq autres femmes restantes, trois ont repris l'entreprise familiale et deux ont fait de l'intrapreneuriat.

2.1.4. le secteur d'activité

Figure N°11 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs secteurs d'activité

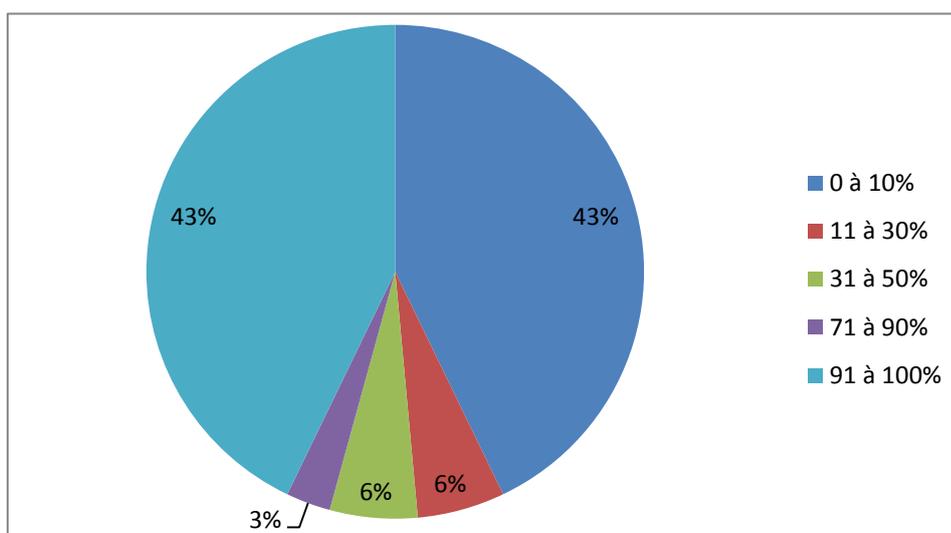


Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Parmi les femmes entrepreneures que nous avons interrogées 13 sont artisanes, 12 offrent des services, 7 travaillent dans le secteur industriel et les 3 restantes dans le secteur médical. Ces données indiquent que les femmes se penchent vers l'artisanat et les services car ces secteurs demandent moins d'efforts et sont plus appropriés à la femme selon notre société conservatrice.

2.1.5. le pourcentage de femmes employées

Figure N°12 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon le pourcentage de femmes qu'elles emploient

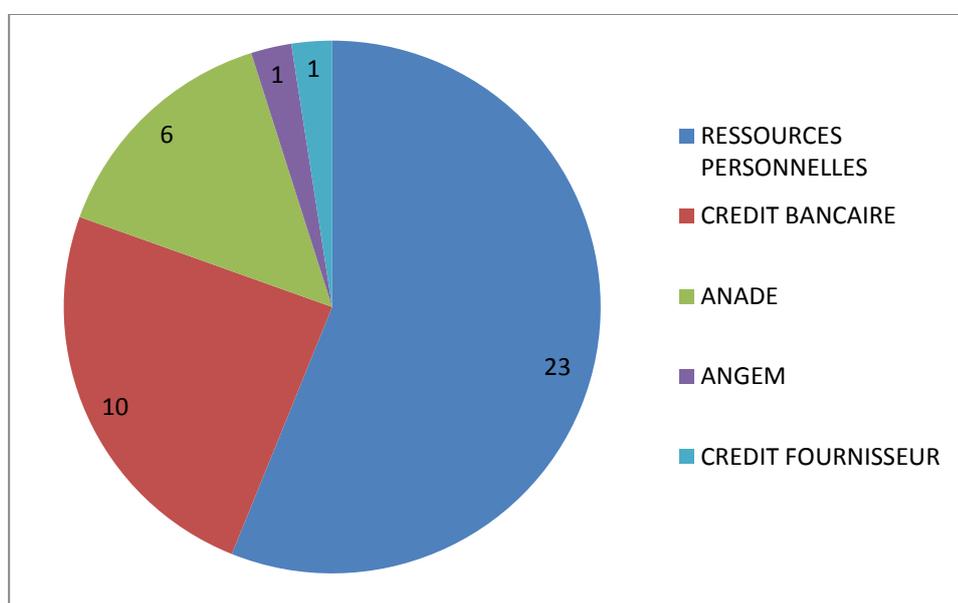


Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Selon ces données, les femmes entrepreneures interrogées emploient, pour la majorité, aucune femme, ce qui concorde avec les chiffres d'entreprises individuelles recensées dans l'un des points précédents. Nous constatons également qu'un très fort nombre emploient uniquement des femmes, cela renvoie au secteur artisanale qui domine notre échantillon car en effet la plus part sont des couturières.

2.1.6. Le financement de départ

Figure N°13 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs financements de départ



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

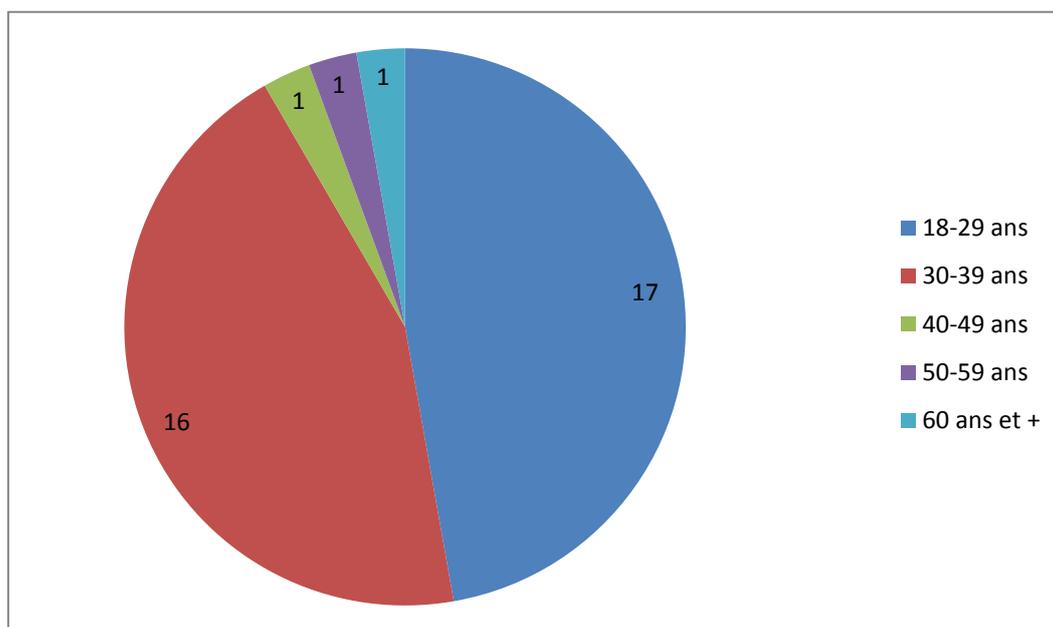
Les femmes prennent moins de risque que les hommes, et cela se constate par les chiffres ci-dessus. En effet, d'après ces résultats, 23 des femmes qui ont été interrogées ont préféré avoir recours à leurs ressources personnelles pour financer leurs projets. Le crédit bancaire vient à la deuxième position, en effet 10 femmes ont eu recours à la banque. L'ANADE et l'ANGEM n'ont été sollicités que par 7 femmes en tout.

2.2. Profil de la femme entrepreneure

Après avoir apporté plus de précisions sur les caractéristiques des entreprises gérées par les femmes, nous tenterons à présent d'identifier le profil de ces femmes créatrices d'entreprise et leur manière de penser.

2.2.1. Age de création de l'entreprise

Figure N°14 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon l'âge de création de leurs entreprises



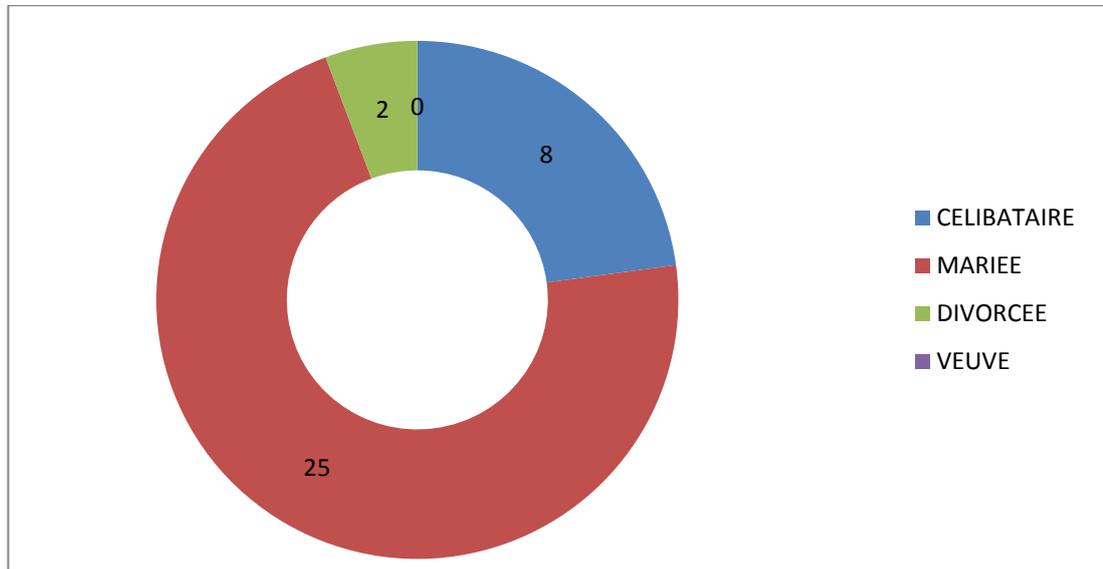
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Ces chiffres montrent clairement que les femmes entrepreneures sur lesquelles nous avons enquêté ont créé leurs entreprises majoritairement entre 18 et 39 ans. En effet 17 d'entre elles avaient entre 18 et 29 ans et 16 avaient entre 30 et 39 ans. Seulement une seule était âgée entre 40 et 49ans, une autre était âgée entre 50 et 59 ans et la dernière avait plus de 60 ans.

Nous pouvons ainsi dire que, d'après notre échantillon, le meilleur âge pour entreprendre est entre 18 et 40 ans.

2.2.2. Situation matrimoniale

Figure N°15: Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs situations matrimoniales



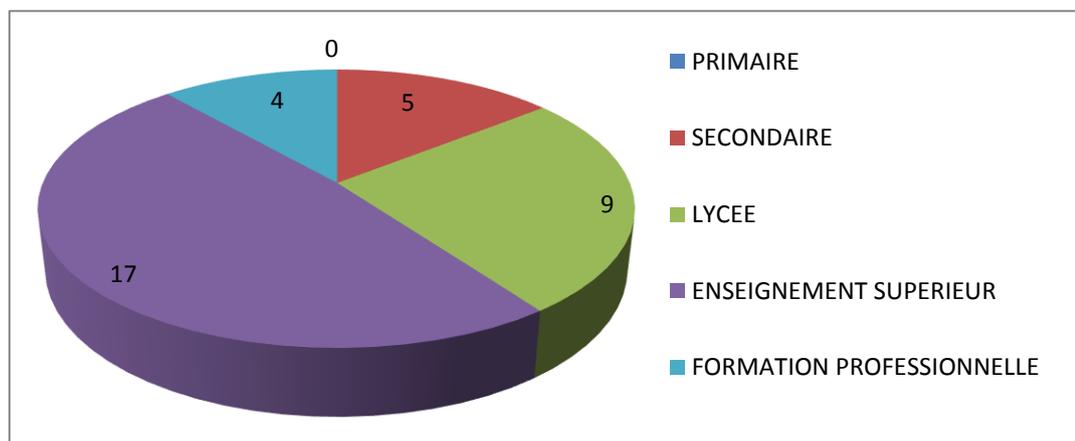
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Nous constatons que 25 de ces femmes entrepreneures sont mariées et la plupart ont des enfants, 8 sont célibataires et uniquement 2 sont divorcées.

Nous pouvons dire alors que la situation matrimoniale et le nombre d'enfants ne constituent pas un frein pour cet échantillon de femmes entrepreneures.

2.2.3. Niveau d'instruction

Figure N°16 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs niveaux d'instruction



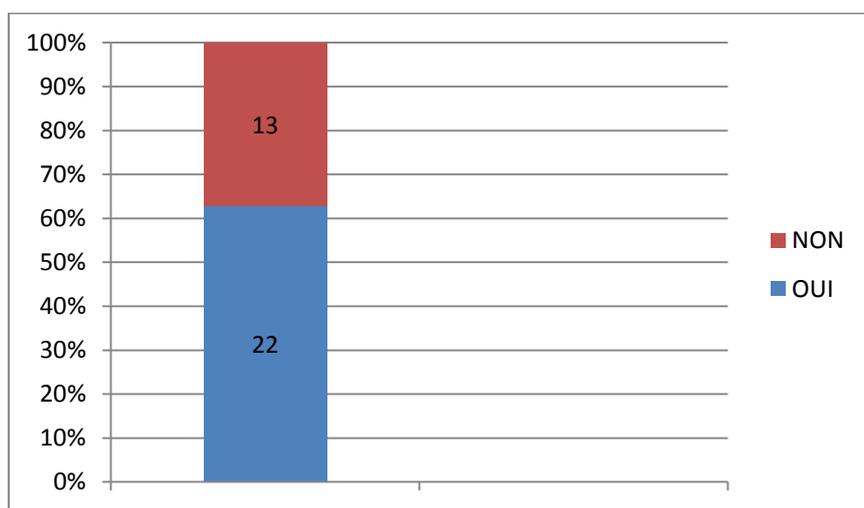
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Nous constatons que 17 de ces femmes entrepreneures questionnées ont un niveau d'enseignement supérieur, 9 d'entre elles ont un niveau de lycéennes, 5 sont d'un niveau secondaire et 4 ont suivi une formation professionnelle.

Nous pouvons dire alors que le niveau d'instruction est très important pour avoir une culture entrepreneuriale car cela permet d'acquérir des connaissances plus approfondie dans le domaine de l'entrepreneuriat.

2.2.4. Formation en entrepreneuriat

Figure N°17: Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs formations en entrepreneuriat



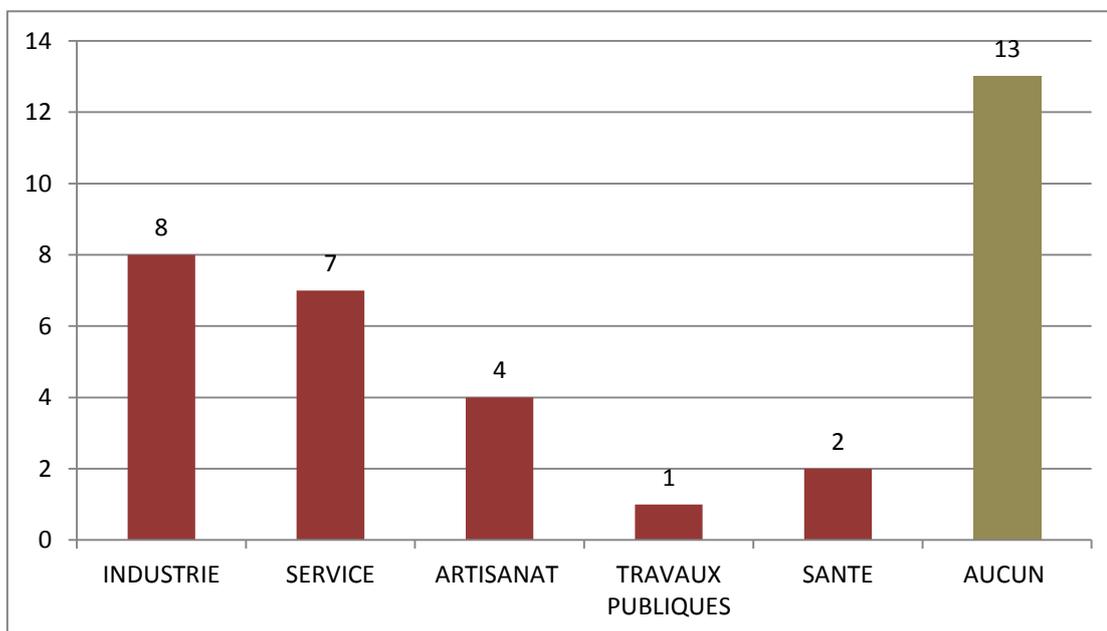
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Parmi ces 35 femmes entrepreneures étudiées, 22 d'entre elles ont suivi une formation en entrepreneuriat, chose qui a joué un rôle dans leur prise de décision d'entreprendre. Les 13 restantes n'ont suivi aucune formation.

Nous pouvons alors constater que la formation entrepreneuriale ne joue pas un rôle significatif dans la prise de décision pour devenir entrepreneure.

2.2.5. Statut avant de devenir entrepreneure

Figure N°18 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs statuts avant de devenir entrepreneures



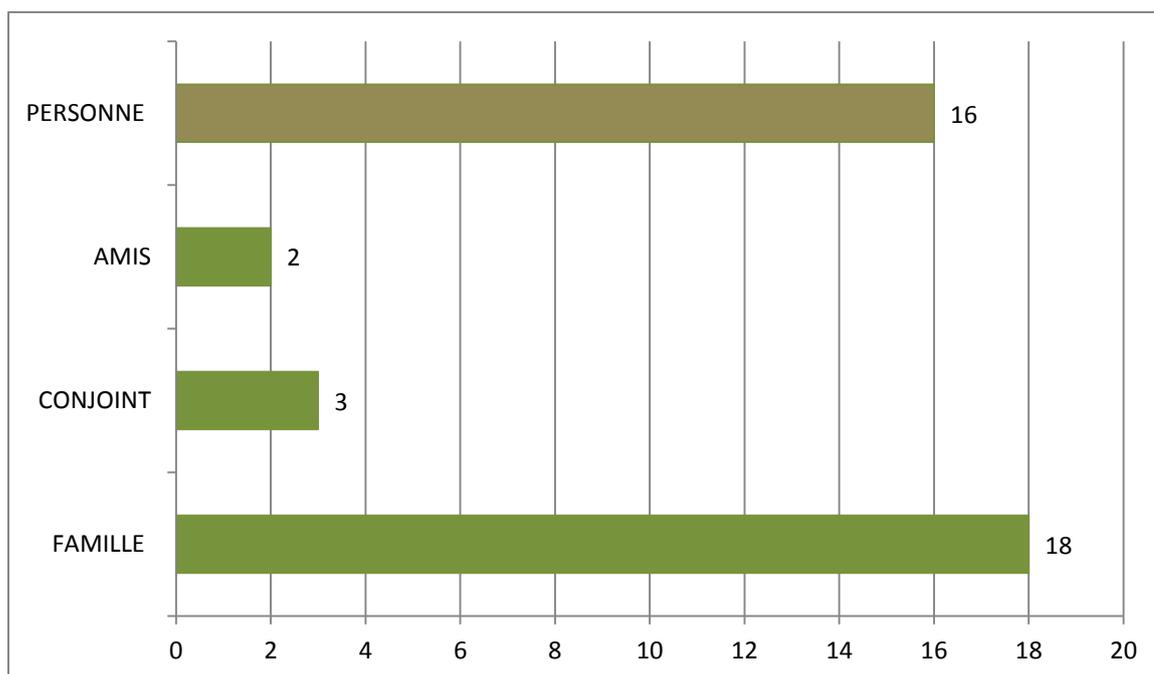
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Parmi ces femmes entrepreneures sur lesquelles nous avons enquêté, nous constatons que 13 n'avaient aucune expérience précédant sa création d'entreprise contre 22 déjà expérimentées. Ainsi, 8 avaient travaillé dans le secteur industriel, 7 avaient travaillé dans le secteur des services, 4 étaient dans le secteur artisanal, uniquement une seule dans les travaux publics et 2 de ces femmes ont travaillé dans le secteur médical.

Nous pouvons remarquer alors que l'expérience joue un rôle important dans la création d'entreprise car plus nous acquérons des connaissances dans le domaine dans lequel nous voulons entreprendre plus notre chance de réussite est grande.

2.2.6. Entourage entrepreneurial

Figure N°19 : L'impact de l'entourage sur les femmes entrepreneures enquêtées



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Selon les données ci-dessus, 23 femmes de notre échantillon ont au moins un entrepreneur dans leur entourage. La famille représente 18 réponses obtenues, suivi du conjoint avec 3 réponses, les amis représentent 2 réponses obtenues. Cependant, 16 femmes entrepreneures déclarent n'avoir aucun entrepreneur dans leurs entourages.

28 de ces femmes interrogées déclarent que l'entourage a un impact sur la décision de création d'entreprise. En effet, celles-ci pensent que la clé du bonheur réside dans la confiance de son entourage et ses motivations. Certaines d'entre-elles ont même déclaré avoir été aidé financièrement par leur famille ou leur conjoint à fin de concrétiser leurs projets.

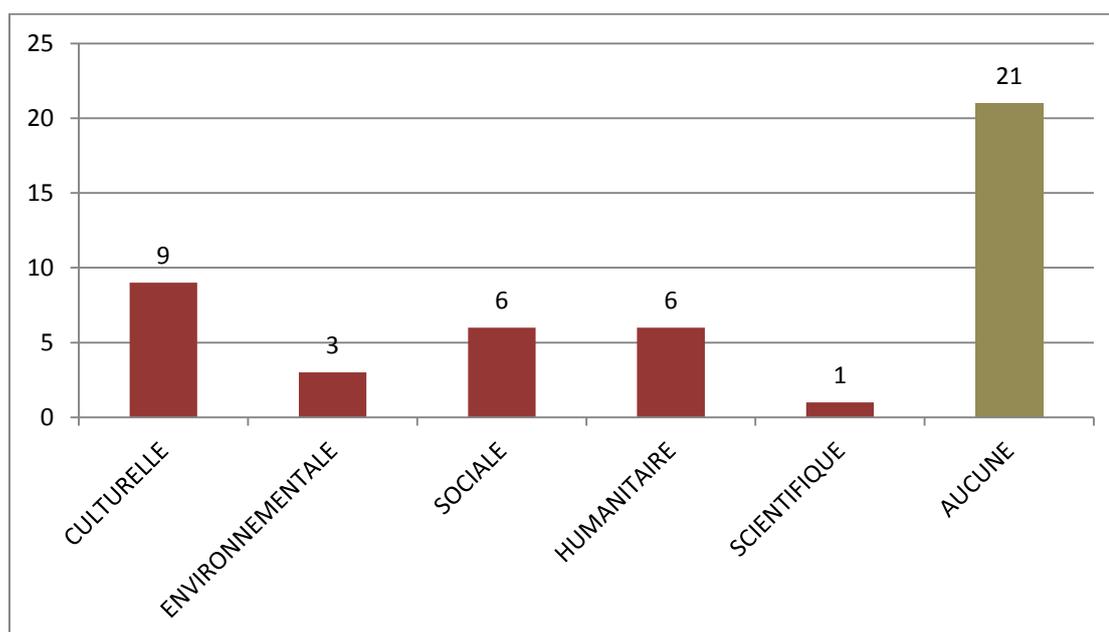
Néanmoins, l'impact de l'entourage ne peut être uniquement positif, car sans motivations et encouragement des proches, la femme algérienne a tendance à perdre confiance en elle, et cela se vérifie dans les déclarations de certaines femmes qui disent avoir été brisée par un membre de leurs familles car celles-ci refusaient de rester tranquillement chez elles.

« Une femme entrepreneur est sujet de préjugés, d'obstacles liés à l'endoctrinement ; plusieurs femmes entrepreneurs ne réjouissent pas encore de l'indépendance financière qu'elles se créent », déclare une entrepreneure.

Suite à ces réponses, nous pouvons dire que l'entourage a un impact qui peut être positif ou négatif sur l'intention entrepreneuriale et la motivation dont font preuve les femmes entrepreneures questionnées.

2.2.7. L'engagement dans une structure associative

Figure N°20 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon leurs engagements associatifs



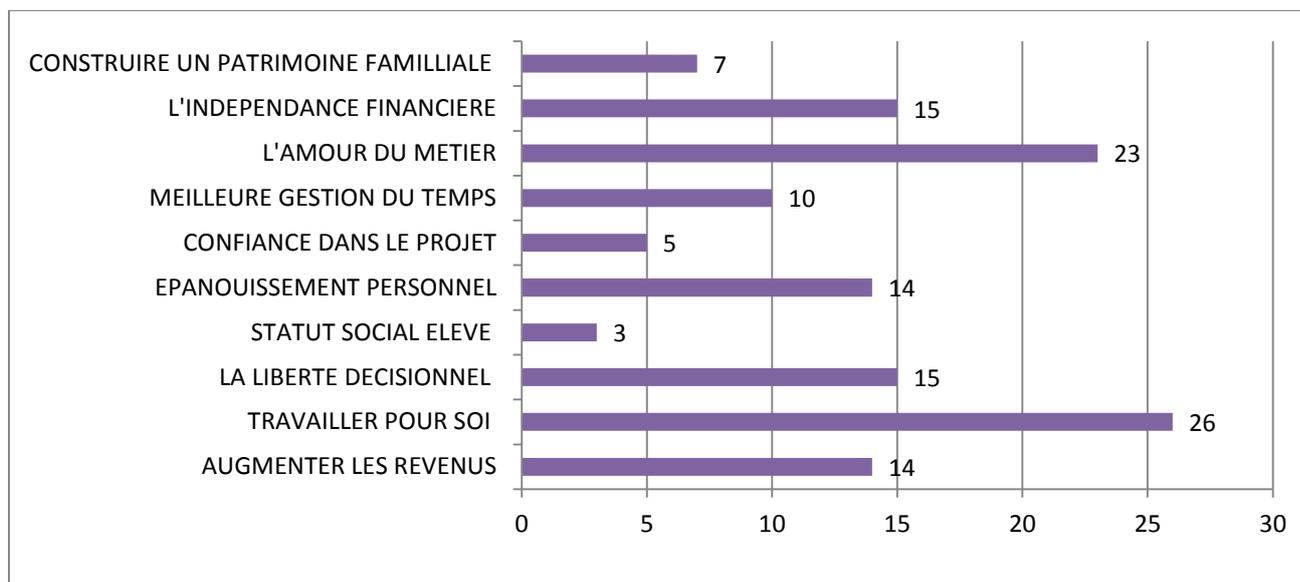
Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

En analysant ce graphe, nous constatons que 21 femmes interrogées n'ont eu aucune expérience associative contrairement aux 14 autres qui elles ont déjà travaillé au moins dans une association culturelle, environnementale, sociale, humanitaire ou scientifique.

Ainsi le travail associatif n'est pas un facteur conséquent sur la volonté de devenir entrepreneure.

2.2.8. Motivations à l'entrepreneuriat

Figure N°21 : Les motivations à l'entrepreneuriat



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Ces données nous informent sur les principales raisons qui ont poussé les femmes entrepreneures interrogées à la création d'entreprise.

Nous constatons que la volonté de travailler pour soi représente 26 réponses obtenues, on peut donc dire que ces femmes-là désirent avoir une autonomie dans leur travail et ne veulent dépendre de personne. Cela se vérifie avec le nombre de réponse sur la liberté décisionnelle (15 réponses)

La deuxième motivation de ces femmes questionnées réside dans l'amour de leur métier (23 réponses obtenues), lors de notre entretien avec elles, beaucoup de ces femmes entrepreneures ont déclaré être passionnées par leur travail.

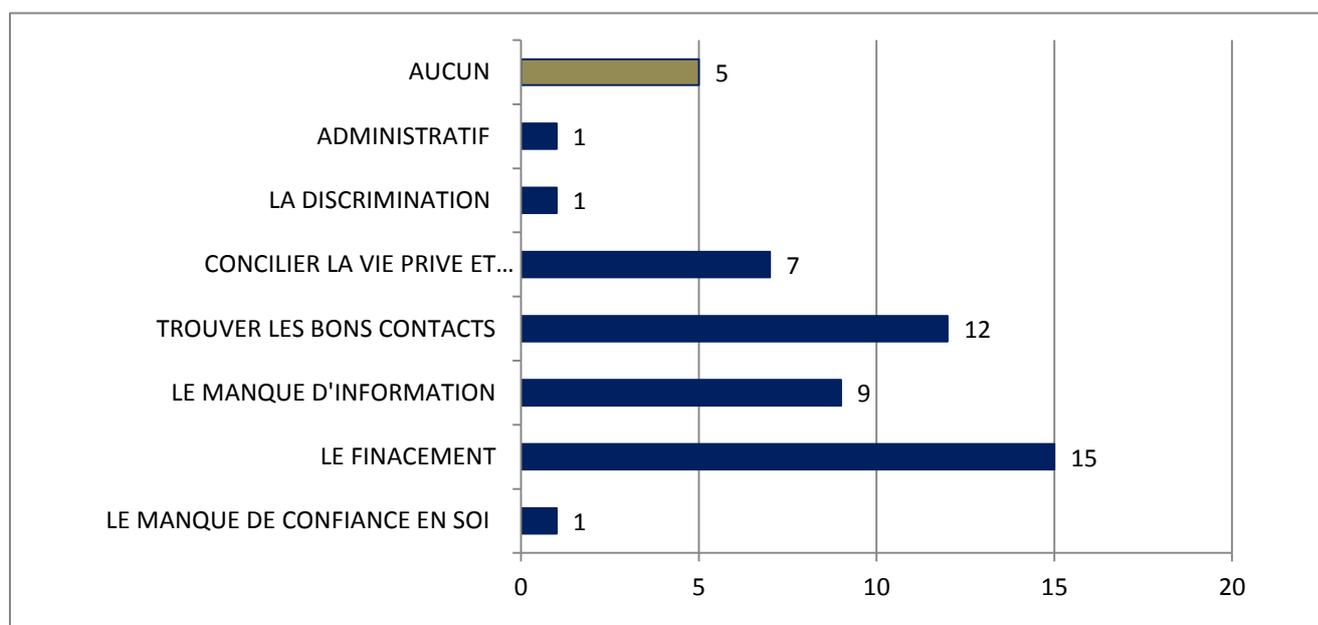
Contrairement à leurs homologues masculins, pour qui l'indépendance financière et augmentation du revenu sont leurs principales motivations, chez les femmes entrepreneures ils ne sont situés respectivement qu'en troisième et quatrième position (avec un nombre de réponses obtenues de 15 et 14).

Nous placerons la gestion du temps en cinquième position (10 réponses obtenues), puis vient la volonté de construire un patrimoine familial (7 réponses obtenues), la confiance dans le projet (5 réponses obtenues) et en dernier lieu le statut social élevé (avec seulement 3 réponses obtenues)

Ainsi, nous pouvons dire que les femmes entrepreneures cherchent la liberté, l'autonomie et l'estime de soi via un métier qui les passionne.

2.2.9. Obstacles à la création de l'entreprise

Figure N°22 : Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures lors de la création de leurs entreprises



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Dans sa vie entrepreneuriale, la femme fait face à plusieurs obstacles socioculturels. 5 des femmes avec qui nous sommes entretenus nous ont confié n'avoir eu aucun problème lors de la création de leurs entreprises.

Pour 30 des femmes sur lesquelles nous avons mené notre enquête de terrain, le frein majeur qu'elles rencontrent est bel et bien le financement (15 réponses obtenues)

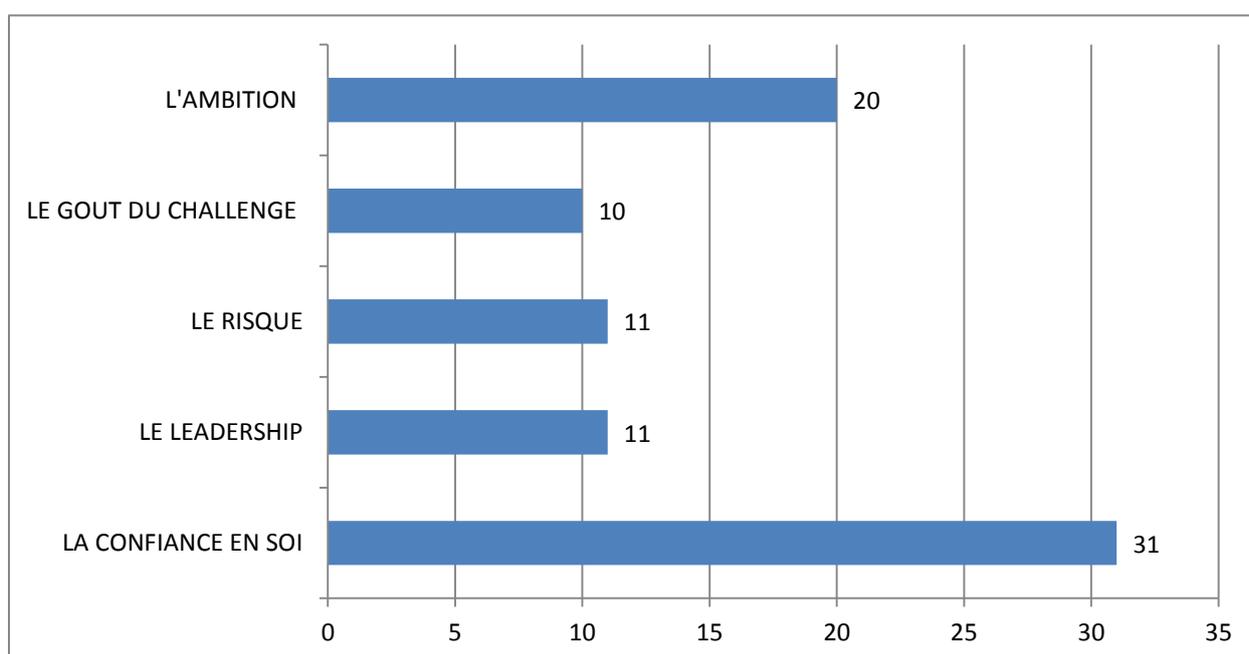
Le manque d'informations ainsi que trouver les bons contacts constituent également des obstacles importants pour les femmes entrepreneures interrogées. Nous entendons par là, principalement, les clients et fournisseurs de confiance car les femmes sont les principales cibles de l'imposture.

En dernier lieu, nous situerons la conciliation de la vie privée et la vie professionnelle avec un nombre de réponses obtenues de 7. En effet, nous expliquons ce chiffre par le nombre d'entreprises individuelles concernées par notre enquête de terrain.

Aussi vraisemblable que cela puisse paraître, une seule et unique réponse a été enregistrée sur la discrimination ainsi que sur les obstacles administratifs. Cela pourrait être expliqué par une évolution des mentalités de la société algérienne.

2.2.10. Caractéristiques entrepreneuriales

Figure N°23 : Les caractéristiques dominantes sur les femmes entrepreneures



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Sur les 35 femmes entrepreneures interrogées, 31 estiment que le principal caractère qu'une femme qui désire entreprendre doit avoir est la confiance en soi. En effet, elles estiment que c'est le secret du succès. En ayant un manque de confiance en soi, la personne est vulnérable et facilement manipulable et ainsi elle n'aboutira à rien dans sa vie professionnelle comme dans sa vie privée.

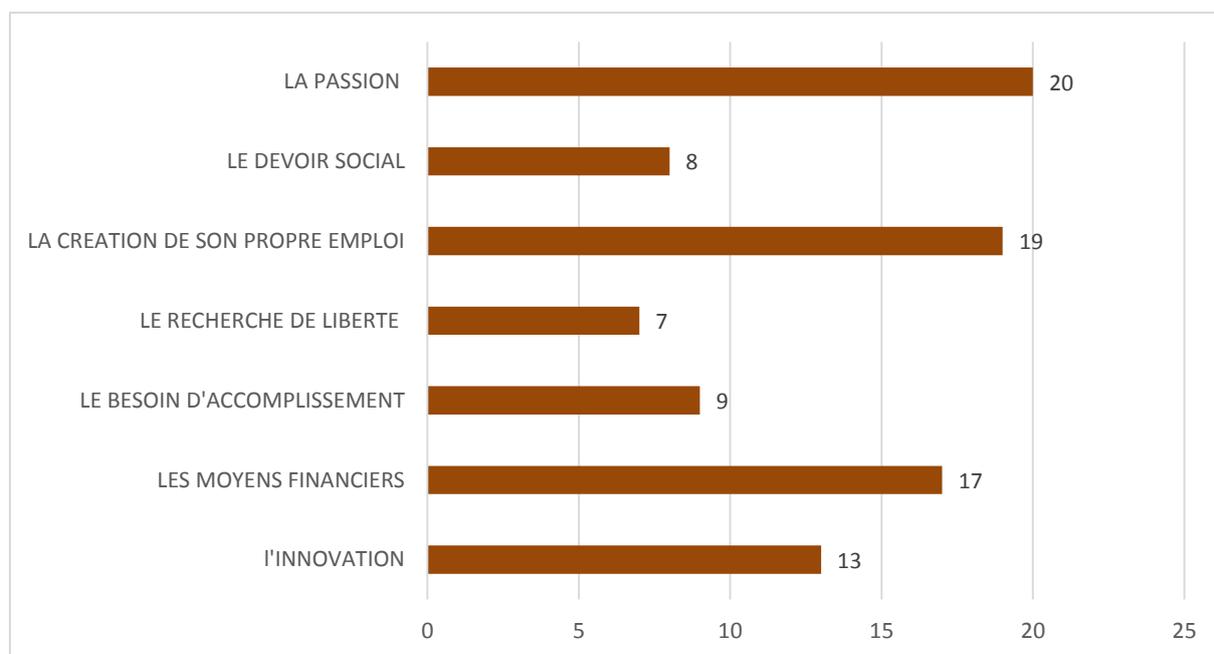
En deuxième lieu, elles situent l'ambition (20 réponses obtenues). Quand une personne n'est pas ambitieuse alors il ne faut pas espérer d'elle grand-chose. C'est avec l'ambition qu'une personne se projette dans l'avenir.

Quant au risque et au leadership, ils se situent en troisième position avec nombre de 11 réponses chacun. Notre échantillon estime que pour chaque projet entrepris il faut savoir prendre les risques qui vont avec car sans prise de risque il n'y a point de résultat. Le leadership constitue un élément fondamental pour la gestion d'entreprise, aucune entité ne fonctionne correctement sans une personne compétente et autoritaire pour gérer les différents obstacles rencontrés.

Le goût du challenge fait aussi partie des caractéristiques qu'il faut avoir. Savoir défier la vie est une qualité qui est rare chez les femmes algérienne contrairement aux hommes qui n'hésitent pas à défier l'impossible pour réaliser leurs rêves.

2.2.11. Les facteurs pour entreprendre

Figure N°24 : Les facteurs essentiels pour devenir entrepreneures



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Après avoir analysé ces données, nous constatons que selon les femmes entrepreneures interrogées, le facteur principal pour entreprendre serait la passion (20 réponses obtenues). En effet, ces femmes-là estiment que sans passion nous ne pouvons aboutir à grand-chose.

La volonté de créer son propre emploi constitue également un facteur essentiel pour ces femmes entrepreneures (19 réponses obtenues).

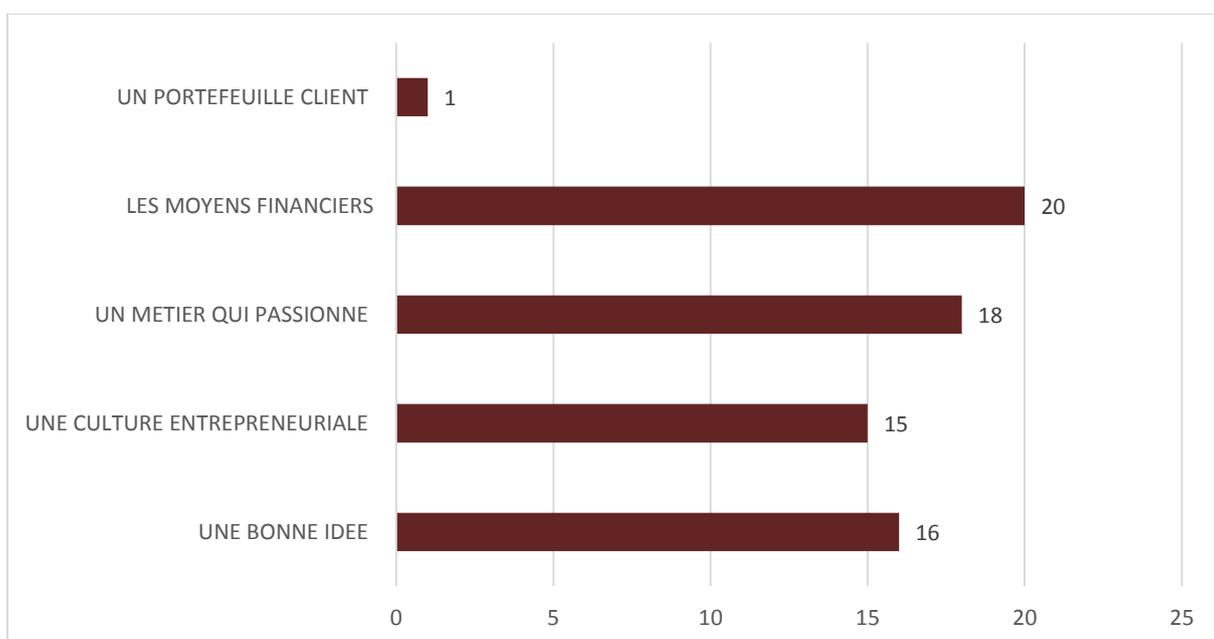
Les femmes entrepreneures enquêtées ont souvent rencontré des difficultés de financement, c'est pour cela qu'elles estiment qu'avoir les moyens financiers nécessaires pour entreprendre est un facteur non négligeable.

L'innovation vient en quatrième position avec un nombre de réponses de 13. Cela est dû à l'évolution constante du monde entrepreneurial. Ainsi pour les femmes, comme pour les hommes, apporter de la nouveauté joue un rôle principal dans la réussite du projet entrepris.

Le besoin d'accomplissement, le devoir social et la recherche de liberté passent en derniers lieux.

2.2.12. Ce qu'il faut avoir pour devenir entrepreneure

Figure N°25 : Ce qu'il faut avoir pour devenir entrepreneure



Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2021.

Selon les femmes interrogées, pour devenir entrepreneure il faut impérativement avoir les moyens financiers nécessaires (20 réponses obtenues). Cela facilite la tâche et permet de ne pas dépenser de l'énergie à la recherche de crédit.

Avoir un métier qui passionne constitue également un élément essentiel pour pouvoir entreprendre car quand nous sommes passionnés nous nous impliquons d'avantage et ainsi nous augmenterons nos chances de réussite dans le projet.

Une bonne idée et une culture entrepreneuriale sont primordiales pour les femmes questionnées car nous ne pouvons réussir dans un projet sans avoir un minimum de connaissance dans le domaine, et dès lors que nous maîtrisons les bases il faudrait sortir du lot avec une idée originale et qui apportera un plus au monde entrepreneurial.

2.3. Discussion des résultats

Dans le point précédent celui-ci, nous avons vu les différents résultats obtenus lors de notre enquête de terrain. Ces résultats étaient pour la plus part en adéquations avec notre partie théorique ainsi que les données collectés auprès des différentes agences nationales d'aide à l'emploi.

Ainsi, nous avons constaté que le plus grand pourcentage des entreprises créées par les femmes est de très petites entreprises individuelles. Elles sont réparties entre les secteurs artisanaux et services. Ces entités sont la création même de leurs propriétaires et emploient majoritairement que des femmes désirant évoluées dans le même secteur. Nous expliquons cela du fait que ces femmes ont souhaité évoluer dans un cadre restreint.

Ces femmes créatrices d'entreprises ont entre 30 et 50ans, jouissent d'un célibat ou d'une union avec des conjoints qui les soutiennent. Elles ont financé leur projet de départ grâce à leurs ressources personnelles ou à un crédit bancaire ou car celles-ci ont trouvé des difficultés de financement.

Pour la plupart de ces femmes, l'expérience antécédente a joué un rôle important sur leur volonté de devenir entrepreneures à leurs tours. En effet, la majorité a déjà exercé dans leur secteur d'activité actuelle en tant qu'employée et d'autres ont suivi des formations professionnelles. Pour certaines, c'est l'expérience associative qui les ont poussé à entreprendre. En effet, le contact avec les gens et le travail au sein d'un groupe a pu avoir une influence positive sur leur volonté de s'épanouir professionnellement.

Ces femmes sont motivées par le désir d'indépendance, d'épanouissement mais surtout par la volonté d'exercer un métier qui les passionne. Elles estiment également que combiner moyens financiers, un métier qui passionne, une bonne idée et une culture entrepreneuriale est la meilleure combinaison pour réussir son projet et le mener à terme.

Etant algérienne, notre société, qui considère que la femme n'a pas sa place dans le monde du travail, n'a pas épargné la plus part d'entre elles. En effet, même si certaines ont eu

le privilège d'être soutenues par leurs entourages, ce ne fut pas le cas pour l'autre partie qui a été pointé du doigt.

Pour ces entrepreneures la confiance en soi, l'ambition, la patience, la persévérance et la prise de risque constituent les meilleurs atouts pour réussir dans son affaire en Algérie.

Conclusion

La société algérienne évolue, malgré quelques obstacles, et grâce à sa volonté, son désir d'émancipation, et surtout son niveau d'instruction, la femme entrepreneure a pu s'imposer dans cette société et a même brillé par ses compétences dans différents secteurs d'activités.

Les chiffres enregistrés dans ce chapitre démontrent que la femme entrepreneure algérienne est bien décidée à prendre son destin en main et à affronter tous les obstacles sur son chemin à fin de concrétiser ses projets.

CONCLUSION GENERALE

Dans ce présent travail, nous avons entamé notre étude en faisant le point sur l'aperçu théorique de l'entrepreneuriat et ses concepts de bases. Nous avons vu ses différentes définitions ainsi que son importance dans le secteur socioéconomique. Puis, nous avons mis le point sur l'entrepreneuriat féminin dans le monde en général, et en Algérie en particulier, avant de nous focaliser sur le cas de la wilaya de Béjaïa en menant une enquête pour mieux nous éclairer sur la vie entrepreneuriale féminine.

Au début de cette recherche, nous nous sommes interrogés sur un axe d'une discipline, qui ne prend un rôle important dans la vie quotidienne, qui est l'entrepreneuriat féminin. A la fin de notre enquête, nous sommes parvenus à des résultats que nous estimons satisfaisants.

Avec la contribution de plusieurs femmes entrepreneure, de plusieurs secteurs, de différents âges et dans plusieurs localités dans la wilaya de Béjaïa, nous sommes parvenu à des résultats à la fois optimistes et moins.

Motivée par la soif de liberté et d'accomplissements personnel, d'autonomie financière, et les motivations de la femmes entrepreneure est devisée en deux catégories (Push et Pull), nous avons aussi constaté dans notre enquête que les femmes qui entreprenne se caractérisent majoritairement d'une forte personnalité, d'une quête d'indépendance, de patience et sont toutes passionnées et organisées dans leurs travaux, ce qui a fait que l'entrepreneuriat féminin ait pris une place économique importante dans plusieurs pays tel que l'Algérie.

Tout de même, ces femmes sont contraintes d'affronter une pression plus grande que celle de leurs homologues masculins et plusieurs obstacles, quotidiennement. Que ce soit dans son lieu de travail ou au sein de la société, la place de la femme a toujours été considéré comme étant à la maison et en dehors du milieu professionnel.

Or, les chiffres obtenus lors de notre recherche ont pu démontrer que la mentalité de la société algérienne est en phase d'évolution. En effet, le phénomène de femmes entrepreneures a pris de l'ampleur depuis quelques années. Nombreuses sont les femmes qui ont pris la décision de devenir entrepreneures suite à différents facteurs, nous pouvons citer l'amour du métier, la volonté d'innover ainsi que la volonté de créer son propre emploi.

Pour les aider à réaliser leurs projets, l'état a également mis en œuvre différents dispositifs tels que l'ANGEM et l'ANADE qui offrent des services d'aide au financement.

L'entrepreneuriat féminin reste malgré tout un champ de recherche insuffisamment exploité au national comme à l'international.

BIBLIOGRAPHIE

1. Abdeslam BENDIABDELLAH & Fatima TAHIR METAICHE. « Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir ! », *Marché et organisations*, vol. 26, no. 2, 2016, pp. 219-240.
2. Abderrezak BEN HABIB et al. les déterminants de l'intention entrepreneuriale féminine en Algérie : cas des diplômées de l'enseignement supérieur, Université de Tlemcen, les cahiers du cread N°110.
3. AFEM, Association des Femmes chefs d'Entreprises au Maroc, ETUDE N°2, Septembre 2010.
4. Alia OUSALEM & Khaled KHEBBACHE & Pr Matouk BELATTAF, Dynamique entrepreneuriale en Algérie et le rôle des politiques de promotion des PME, *Revue EcoNature* N°1, 2015.
5. Amina LEGHIMA et Sonia MEGUELTI, Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées, Décembre 2006.
6. Bisma BAHRI et Youcef BERKANE, L'entrepreneuriat féminin. Un enjeu pour améliorer l'employabilité des diplômées algériennes, Université de Bordj Bou Arreridj Laboratoire LEZNRU, *Revue d'Economie et de Statistique Appliquée* Volume 17, n° 1, Juin 2020.
7. Boubaker YOSR, *Connaissance de l'entrepreneuriat et de ses formes*, 2013.
8. Caroline LE MOIGN & Claire BERNARD & Jean-Paul NICOLAÏ, L'entrepreneuriat féminin, Centre D'analyse Stratégique ministère français, N°2013-06, avril 2013.
9. Christina CONSTANTINIDIS, « Femmes entrepreneures », in Pierre-Marie Chauvin et al. *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2014
10. Christophe SCHMITT, *Entrepreneuriat*, édition DUNOD, 2019.
11. Cyrine BEN HAFIADH, *équipreneuriat féminin*, 2006.
12. Djohar ABDERRAHMANE et Rachida IMEKHELAF, L'entrepreneuriat Féminin en Algérie : Entre Défis et Contraintes *Women Entrepreneurship in Algeria: Between Challenges and Constraints*, Université Oran2 Mohamed Ben Ahmed, *Al Bashaer Economic Journal*, Vol.6, n°1, Avril 2020.

13. Dyhia OURARI, mémoire sur l'Essai d'analyse de l'impact de la formation Universitaire en entrepreneuriat sur l'intention entrepreneuriale : Cas des étudiants de l'université de Bejaïa, FSEGC de l'Université de Béjaïa, Juin 2019.
14. Fairouz AIT SELLAMAT, Etude sociologique de la trajectoire des femmes entrepreneures de la région de Béjaïa, Cas pratique les femmes créatrices des PME dans la région d'AKBOU,
15. Fatima Ezzahra RACHDI, L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Octobre 2006.
16. Francine RICHER et Louise ST-CYR, avec la collaboration de Nicole BEAUDOIN, L'entrepreneuriat féminin au Québec. Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2007, p 45.
17. Gervais DOUBA, L'entrepreneuriat: de l'esprit d'entreprise à l'esprit d'entreprendre ...Analyse de la contribution des ONG à la redéfinition des facteurs de richesse, 2002.
18. Ghat BOUFELDJA, Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie, ed. publibook, 2015.
19. Howard H.STEVENSON et Carlos JARILLO 1990, A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management, Strategic Management Journal, vol 11, 1990.
20. IFAID Aquitaine, prise en compte des approches du genre dans les interventions de développement : outils méthodologiques et fiches pratiques,
21. Ines FARHAT DALHOUM and Anis JARBOUI, Un survol du concept d'entrepreneuriat, article du : Innovative Space of Scientific Research Journals, Vol. 15 No. 2, Apr. 2016.
22. Jean Baptiste SAY, (1972), cité par A. TOUNES, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, 2003.
23. Laura FEAL, « Genre et intégration économique des femmes dans les pays du Maghreb », Séminaire régional, Tunis, 5-7 Octobre 2009.
24. Le grand livre de l'entrepreneuriat, ed. DUNOD PARIS, 2013
25. Léna SALEH, L'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban, Université de NANCY 2, présenté le 30 septembre 2011.
26. Louis Jaques FILION, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, Volume 10, N°2, 1997.

27. M. LANCELIN, « Quelques éléments de réflexion sur les problèmes d'épargne et de crédit », en Technique financière et développement dans l'esprit d'entreprise, ED AUPELF-UREF, Paris, 1993.
28. Marie-Hélène LEGARE et Louise ST-CYR, Portrait statistique des femmes entrepreneures, Ministère de l'Industrie et du Commerce, Gouvernement du Québec, 2000.
29. Mihai IBANESCU et Rina MARCHAND et al, Un regard sur l'entrepreneuriat féminin Indice entrepreneurial québécois 2017 du Réseau M de la Fondation de l'entrepreneurship, Institut d'entrepreneuriat, Montréal, novembre 2017.
30. Ministère de l'Industrie et du Commerce, Les indicateurs de l'entrepreneuriat féminin et la disponibilité des données sur les femmes et leur entreprise, publiée par le gouvernement du Québec, 2000.
31. Nacer-eddine HAMMOUDA et Moundir LASSASSI, Potentiel Entrepreneurial en Algérie : Entre Capital Humain et Informalité, Quelle Croissance ?, Working Paper 433, Septembre 2008
32. Nacéra. NASROUN & Pr Matouk BELATTAF, Les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Béjaïa, Colloque national organisé par la FSEGC de l'Université de Ouargla, les 18&19 avril 2012.
33. Narimene DJOUAD, Femmes entrepreneures : Caractéristiques et Accompagnement, Cas de quelques communes de la wilaya de Bejaia, Université De Abderrahmane Mira De Bejaia, 2017-2018
34. Nawel BERBER, l'entrepreneuriat en Algérie, mémoire fin de cycle, Université d'Oran, 2013-2014.
35. Ndéye Sira MBODJIDIOP, Le processus entrepreneurial féminin : une approche compréhensive dans le contexte sénégalais, thèse de doctorat, Université de Lille, 2019.
36. Ndong, B. et Ouedraogo, L. " Femmes et entrepreneurship au Sahel " Centre Sahel, U.L ACED, 1991.
37. Nouria BENGHABRIT-REMAOUN et Yamina RAHOU, Itinéraires de femmes entrepreneurs en Algérie : cas d'Oran, Colloque International, Décembre 2006.
38. OCDE, Le système de comptabilité nationale, 1993 - Glossaire, 2000.

39. Journée Africaine de la Statistique, Office National des Statistiques, Alger, le 18 Novembre 2012.
40. Organisation Internationale du Travail 2017, Evaluation national du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Première édition 2017.
41. Ricardo J. Caetano MENDONÇA, Contribution à la compréhension des conceptions, caractéristiques et intentions entrepreneuriales chez les étudiants De fin de formation Etude pratique : les étudiants de la faculté de SEGC à l'université A. Mira de Bejaia, 2013-2014.
42. Richard CANTILLON, « Essai sur la nature du commerce en général », Ed. I.N.E.D, Paris, décembre 2011.
43. Rarra REDJIMI, Les freins de l'entrepreneuriat féminin en Algérie Cas de la wilaya de Guelma, Université du 08 mai 45 Guelma, 2013- 2014.
44. S. CROMIE (1987), cité par Emilie CORNILLON, « L'entrepreneuriat féminin en France : état des lieux et perspectives », mémoire de fin d'études, Université Robert Schuman et IECS Strasbourg, 2005.
45. Salah KOUBAA & Mounia DIAMANE, Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat, article universitaire, Université Hassan II Casablanca, Maroc, décembre 2016.
46. Sophie BRIERE et al. « L'entrepreneuriat féminin autochtone : limites des approches existantes et nouvelles perspectives endogènes. » Recherches féministes, volume 30, numéro 1, 2017, p. 141–160
47. Sophie BRIERE et al. « L'entrepreneuriat féminin autochtone : Portrait des obstacles, des facteurs facilitants et des mesures de soutien spécifiques. » Recherches féministes, volume 30, numéro 1, 2017.
48. SWERSKY, GORMAN et REARDON, We've Got the Power: Rise of Women Entrepreneurs, New England Journal of Public Policy, volume 22, article 7, 2007.
49. Thierry VERSTRAETE, « histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », Paris, édition management et société, 2000.
50. Thierry VERSTRAETE. Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, les éditions de l'ADREG, Janvier 2002.
51. Thierry VERSTRAETE et Alain FAYOLLE, Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, 2005.

52. Wassila BOUABDALLAH, Abdelhafid ATTAR Université Djilali Liabes - Sidi Bel Abbés – Algérie : L’informel...l’autre face de l’entrepreneuriat féminin En Algérie (Cas du travail à domicile),
53. Wassila TABET AOUEL, la théorie de l’entrepreneur : une approche fonctionnelle cas de l’entrepreneur algérien, 2005
54. Zahra ARASTI, L’ENTREPRENEURIAT FEMININ EN IRAN: LES STRUCTURES SOCIOCULTURELLES, Revue Libanaise de Gestion et d’Economie | Vol. 1, 2008.

Sites internet

- <https://www.fao.org>
- <https://www.insee.fr>
- <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/paradigme/57869>
- <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2011-2-page-29.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-innovations-2016-2-page-211.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat1-2012-4-page-37.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2016-2-page-219.htm>
- <https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-01683931>
- <https://www.cairn.info/revue-de-l-entrepreneuriat-2011-2-page-29.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-regards-croises-sur-l-economie-2016-2-page-25.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vieeconomique-2006-1-page43.htm>
- <http://www.mic.gouv.qc.ca>
- <https://information.tv5monde.com/terriennes/women-africa-2019-l-afrique-championne-du-monde-des-femmes-entrepreneures-307910>
- <https://doi.org/10.3917/entre.153.0087>

TABLE DE MATIERES

INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE I : L'ENTREPRENEURIAT, CONCEPTS ET DEFINITIONS	4
Introduction	5
Section 01: Eléments de base sur l'entrepreneuriat	5
2.1. Définition de l'entrepreneuriat	5
2.2. Les paradigmes de l'entrepreneuriat	6
2.3. Les approches théoriques de l'entrepreneuriat	7
2.4. Les formes de l'entrepreneuriat	8
2.5. L'importance de l'entrepreneuriat	9
Section 02: L'entrepreneur	10
2.1. Définition de l'entrepreneur	10
2.2. Les motivations de l'entrepreneur ;;	11
2.3. La typologie de l'entrepreneur	12
2.4. La féminisation de l'entrepreneuriat (La théorie du genre)	13
Conclusion	13
CHAPITRE II : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ, REALITE ET	
CARACTERISTIQUES	14
Introduction	15
Section 01: Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat féminin	15
1.1. Définition de l'entrepreneuriat féminin	16
1.2. Définition de la femme entrepreneure	16
1.3. Motivations de la femme entrepreneure	17
1.3.1. La catégorie push	17

1.3.2. La catégorie pull.....	17
1.4. Caractéristiques de la femme entrepreneure.....	18
1.5. Les différentes approches de l'entrepreneuriat féminin.....	20
1.5.1. Approche fonctionnaliste.....	20
1.5.2. Approche féministe.....	20
1.5.3. Approche socioconstructiviste.....	21
1.6. L'importance de l'entrepreneuriat féminin.....	22
1.7. Obstacles de la femme entrepreneure.....	22
Section II : La réalité de l'entrepreneuriat féminin dans le monde et en	
Algérie.....	24
2.1. L'entrepreneuriat féminin à travers le monde.....	24
2.2. L'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	26
2.2.1. L'entrepreneuriat féminin en stagnation.....	27
2.2.2. Les femmes et l'emploi informel en Algérie.....	28
2.2.3. Dispositifs de soutien et de financement des PME/TPE.....	29
2.2.4. L'intention entrepreneuriale féminine en Algérie et ses	
Déterminants.....	30
2.2.5. Pressions et obstacles de l'entrepreneuriat féminin.....	32
Conclusion.....	34
CHAPITRE III : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ, CAS DE LA REGION DE	
BEJAIA.....	35
Introduction.....	36
Section 01: Méthodologie de l'enquête de terrain	36
1.1. Statistiques des femmes actives de Béjaïa.....	36
1.2. Statistiques recueillies au niveau du CNRC.....	36

1.3. Statistiques recueilli au niveau de l'ANGEM.....	39
1.4. Présentation de l'échantillon de l'enquête	42
1.5. Questionnaire et déroulement de l'enquête	42
Section 02: Analyse des résultats et discussion	43
2.1. Profil de l'entreprise.....	43
2.1.1. La taille de l'entreprise.....	44
2.1.2. La forme juridique	44
2.1.3. La création.....	45
2.1.4. Le secteur d'activité.....	46
2.1.5. Le pourcentage de femmes employées.....	46
2.1.6. Le financement de départ.....	47
2.2. Le profil de la femme entrepreneure.....	48
2.2.1. Âge de création de l'entreprise.....	48
2.2.2. Situation matrimoniale.	49
2.2.3. Niveau d'instruction.....	49
2.2.4. Formation en entrepreneuriat.....	50
2.2.5. Statut avant de devenir entrepreneure.....	51
2.2.6. Entourage entrepreneurial.....	52
2.2.7. L'engagement dans une structure associative.....	53
2.2.8. Motivation à l'entrepreneuriat.....	54
2.2.9. Obstacles à la création de l'entreprise.....	55
2.2.10. Caractéristiques entrepreneuriales.....	56
2.2.11. Les facteurs pour entreprendre.....	57
2.2.12. Ce qu'il faut avoir pour devenir entrepreneure.....	58
2.3. Discussion des résultats (analyses et commentaires).....	59

Conclusion	60
CONCLUSION GENERALE	61
Bibliographie	63
Table des matières	68
Annexe	72
Résumé	80
Abstract	81
Agzul	82

ANNEXES

Université Abderahmane Mira de Béjaïa
Faculté des Sciences Economiques Gestions et Commerciales
Département des Sciences de Gestion

Questionnaire :

Enquête sur les femmes entrepreneures et leurs entreprises dans la wilaya de Béjaïa

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master option management, au sein de l'université A. Mira de Béjaïa, sous le thème de « *les caractéristiques des femmes entrepreneures et le profil de leurs entreprises dans la wilaya de Béjaïa* », nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Ce dernier comporte trois parties. La première vise à identifier le profil des entreprises gérées et/ou créées par des femmes, la seconde vise à définir le profil personnel de la femme entrepreneure, et enfin la troisième consiste à caractériser le profil entrepreneurial de celles-ci.

Répondre à ces questions ne prendra qu'un quart d'heure de votre temps, vous pouvez cocher deux réponses à certaines questions si cela est nécessaire. Il est à noter que les données recueillies serviront uniquement à des fins académiques.

Merci de votre collaboration.

Questionnaire préparé par l'étudiante : SMAOUN Célia

Encadrée par l'enseignant : Dr. Moustafa OUKACI

Année universitaire 2020/2021

I. Identification du profil de l'entreprise

1. Quelle est la taille de votre entreprise ?

- Micro entreprise (1- 9 employés) Petite entreprise (10 - 49 employés)
 Moyenne (50-249 employés) Large entreprise (250+ employés)

2. Quelle est la forme juridique de votre entreprise ?

- EURL (Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée)
 SARL (Société à Responsabilité Limitée)
 SNC (Société en Nom Collectif)
 SPA (Société Par Action)

3. Votre entreprise est-elle votre création ?

- Oui Non

➤ Si non, est-ce :

- Une entreprise familiale Une reprise d'entreprise
 Intrapreneuriat Essaimage

4. Quel est votre secteur d'activité ?

- Industrie Services Artisanat Agriculture
 Autre :

5. Quel est le pourcentage de femme que vous employez ?

- 0 à 10% 11 à 30% 31 à 50%
 51 à 70% 71 à 90% 91 à 100%

12. Quel est votre niveau d'instruction ?

- Primaire Secondaire Lycée
 Enseignement supérieur Formation professionnelle
 Autre :

13. Avez-vous suivi des formations en entrepreneuriat ?

- Oui Non

14. Avez-vous déjà travaillé dans une entreprise ?

- Oui Non
➤ Si oui, Dans quel secteur d'activité ?
 Industrie Services Artisanat Agriculture
 Autre :

15. Y a-t-il dans votre entourage des entrepreneurs ?

- Oui Non
➤ Si oui, de qui s'agit-il ?
 Père Mère Frère
 Sœur Oncle Tante
 Autre :

16. Êtiez-vous engagée dans une structure associative ?

- Oui Non
➤ Si oui, quel type ?
 Culturelle Environnementale Sociale
 Sportive Humanitaire
 Autre :

17. Pourquoi avez-vous décidé de créer votre entreprise ?

- Augmenter vos revenus
- Volonté de travailler pour soi-même
- Avoir la liberté de prendre ses propres décisions et de détenir le contrôle
- Statut social élevé
- Epanouissement personnel
- Confiance dans le projet (produits/services offerts)
- Meilleure gestion du temps (professionnel et/ou privé)
- Autres :.....

18. Quels obstacles avez-vous dû surmonter lors de la création de votre entreprise ?

- Le manque de confiance en soi
- Le financement
- Le manque d'information et/ou de conseils sur la création/le démarrage de l'entreprise
- Trouver les bons contacts
- Concilier la vie privée et vie professionnelle
- Aucun
- Autres :.....

19. Avez-vous été confrontée à la discrimination du fait que vous êtes une femme ?

- Oui Non
- par qui
 - Votre entourage Les institutions publiques (banque, ...)
 - D'autres entrepreneurs De tierces personnes

20. Qu'est-ce qui vous a poussé à entreprendre ?

- L'amour de votre métier Le besoin d'accomplissement de soi
- L'indépendance financière Construire un patrimoine familiale
- Autre :.....

III. Profil entrepreneurial et caractéristiques de la femme entrepreneur

21. Selon vous, quels sont les caractéristiques essentielles pour devenir entrepreneur ?

- La confiance en soi Le risque Le gout du challenge
 Le leadership L'ambition
 Autre :

22. Selon vous, quels sont les facteurs pour devenir entrepreneur ?

- L'innovation Les moyens financiers
 Le besoin d'accomplissement personnel La recherche de liberté
 La création de son propre emploi Le devoir social
 La passion
 Autre :

23. Selon vous, pour créer une entreprise, qu'est-ce qu'il faut avoir ?

- Une bonne idée Une culture entrepreneuriale
 Un métier qui passionne Les moyens financiers
 Autre :

24. L'entourage a-t-il un aspect positif pour un entrepreneur ?

- Oui Non
➤ Expliquez :
.....
.....

25. Selon vous, qu'est-ce qui fait qu'une entrepreneure peut réussir dans son affaire en Algérie?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....