



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

MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de Master

Spécialité : Sociologie de l'Organisation et du Travail

Thème :

**Trajectoire des femmes créatrices de PME dans le secteur
artisanal en Algérie**

**Etude sociologique auprès des femmes créatrices d'entreprises
artisanales dans la région d'AKBOU**

Préparé par

- SAIGHI Mouna
- SALHI Menoune

Encadré par :

Mr. HADERBACHE Bachir

Année universitaire 2020-2021

Remerciements

Avant tout

Nous remercions tout d'abord Dieu de nous avoir donnés la santé, le courage et la patience qui nous ont permis d'accomplir ce modeste travail.

*Nous tenons à remercier notre promoteur **Mr HADERBACHE Bachir** pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter notre réflexion.*

Nos remerciements s'adressent également à tous les enseignants qui nous ont enseigné durant notre cursus universitaire.

Nous adressons également des remerciements aux membres du jury, pour leur contribution scientifique lors de l'évaluation de ce travail.

Nous tenons aussi à remercier les femmes enquêtées qui ont collaborées à ce travail en répondant soigneusement à nos questions.

Pour conclure nous tenons aussi à remercier tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'accomplissement de ce mémoire de fin de cycle, nous leurs en sommes profondément reconnaissantes.

Dédicace

Je dédie ce travail

A ALLAH de m'avoir donné la force et la capacité d'accomplir ce travail.

A l'esprit de mon père, que Dieu ait son âme en sa sainte miséricorde.

A la lumière de mes yeux ma mère, Merci pour ses sacrifices.

- *A mes très chères sœurs : Aida et Zahra.*
- *A mon frère Abdelhak et son épouse Sabrina.*
- *A mon très chère Fadyl qui m'a soutenu durant mon travail*
- *A mes très chères : Slimani Nassima, Touahria Imène et Belkacem Sabrina qui m'ont toujours soutenues.*
- *A mes chères amies : Souad, Hanan, Salima, Sarah, Meriem, et Sonia.*
- *A toute la promotion « sociologie des organisations et du travail »*

2021/2022

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



MOUNA

ANDI	L'agence nationale de développement de l'Investissement
ANGEM	Agence national de gestion de Micro- crédits
ANSEJ	Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes
CNAC	La caisse nationale d'assurance chômage
CNES	Conseil National Economique social
CNI	Commission national de l'investissement
CNRC	Le centre national de registre du commerce
DA	Dinar Algérie
FMI	Le front monétaire international
GEM	Global entrepreneurs-hip monitor
ME	Moyenne entreprise
OCDE	L'organisation de coopération et de développement économiques
OIT	Organisation international du travail
ONG	Organisation non gouvernementale
PE	Petite entreprise
PIB	Produit intérieur brut
PME	Petite et moyenne entreprise
PMI	Petite ou moyenne entreprise industrielle
PNR	Programme nationaux de recherche
TEA	Taux de prévalence de l'activité entrepreneuriale
TPE	Très petite entreprise

Tableau n°01: Les composantes d'analyse de la trajectoire professionnelles d'un créateur d'ENT.....	34
Tableau n°02: Evolution de la population globale des PME (2018-2019).....	60
Tableau n°03: Evolution des PME par secteur d'activité (2018-2019).....	61
Tableau n°04 : Evolution des emplois déclarés par type de PME.....	62

Introduction générale..... 01

PARTIE THEORIQUE

CHAPITRE I : Cadre methodologique de la recherche

Préambule..... 04

1- Les raisons du choix du thème..... 04

2- L'objectif de la recherche 04

3- La problématique 05

4- Les hypothèses 10

5- Définition des concepts..... 10

6-Méthodes et techniques utilisées..... 15

7- Les difficultés rencontrées 16

Conclusion du chapitre..... 17

CHAPITRE II :Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

Préambule..... 18

1. Les paradigmes de l'entrepreneuriat 18

2. Les formes de l'entrepreneuriat 19

3. L'entrepreneur et ces caractéristiques..... 21

4. Entrepreneuriat et création de l'entreprise 25

5. La place de l'entrepreneuriat dans la sociologie économique 28

Conclusion du chapitre..... 31

**CHAPITRE III : Trajectoire des femmes créatrices et motivations des
femmes entrepreneures**

Préambule..... 32

1- Les trajectoires professionnelles antérieures des fondateurs d'ENT :..... 32

2- L'entrepreneuriat féminin et ses caractéristiques 35

3- Caractéristiques des entreprises créées par les femmes..... 38

4. Motivation de création d'entreprise par les femmes entrepreneures 39

5 - Défis et obstacle des femmes entrepreneures 41

Conclusion du chapitre..... 43

CHAPITRE IV : Le secteur de l'artisanat et ses caractéristiques

Préambule.....	44
1. Présentation général du secteur de l'artisanat.....	44
2. Les approches de l'entrepreneuriat artisanal.....	46
3. Les formes d'exercice l'activité artisanale.....	47
4. Caractéristiques de l'artisan et de l'activité artisanale.....	48
5. Le savoir-faire artisanal.....	50
6. L'entreprise artisanale.....	51
7. Le rôle de la culture dans l'entrepreneuriat artisanal.....	52
Conclusion du chapitre.....	54

CHAPITRE V : Les PME et l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Préambule:.....	55
1. Présentation du secteur de PME en Algérie:.....	55
2. Réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie:.....	62
3. Femmes entrepreneures en Algérie en quelques chiffres:.....	67
4. Les motivations des femmes entrepreneures algériennes:.....	69
5. Les caractéristiques des entreprises gérées par les femmes entrepreneures algériennes:.....	71
6. Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie:.....	72
7. Situation et place de l'artisanat en Algérie:.....	74
Conclusion du chapitre.....	77

PARTIE PRATIQUE

CHAPITRE VI : Analyse et interprétation des données de la pré-enquête

Préambule.....	78
1. La pré-enquête :.....	78
2. Présentation des enquêtées.....	78
3. Analyse des résultats.....	84
Conclusion du chapitre.....	85
Conclusion générale.....	86

Références bibliographiques

Introduction générale

Introduction

L'entrepreneuriat tient compte d'un phénomène social dans le monde il est difficile de voir un tel objet social qui perfore le monde politique, médiatique, économique et éducatif. L'entrepreneuriat transmet des convictions, fait entrer l'imagination dans une récente apparition social, la réussite économique et social et la reconnaissance qui l'accompagne.

L'entrepreneuriat dissimule de nombreux aspects qui vont générer des discours, des événements, des mises en place et des animations pour les équipements publics et privés.

L'entrepreneuriat évolue actuellement est le moteur du pouvoir économique, force et de constater que les femmes créatrices artisanes jouent un rôle important dans le développement, autant de femmes que d'hommes créent leur propre entreprise artisanale. Par conséquent, les femmes et non les hommes sont la source essentielle d'énergie, de plus leur proportion dans la population et leur participation avec des activités de production en font une part primordiale des ressources humaines disponibles.

L'Algérie commence à faire la relation entre le développement économique et l'entrepreneuriat féminin pour deux raisons, il s'agit tout d'abord du fait que l'entrepreneuriat est reconnu comme une source non négligeable de croissance insuffisamment exploitée, puis de la contribution de l'entrepreneuriat féminin à la création d'emploi et à l'absorption de chômage. Pour encourager l'évolution de l'entrepreneuriat féminin, le gouvernement a mis à la disposition des femmes plusieurs dispositifs d'aide à la création d'entreprise tel que l'ANGEM et l'ANSEJ.

Les femmes créatrices entrepreneurs de la wilaya de Bejaia qui font tout leurs possibilités au franchissent leurs but de créer leurs entreprises, nous ont encouragé à se préoccuper et à se soucier de cet événement dans l'intention de collecter des informations sur ce qui stimule ces femmes entrepreneures à la

fondation et à la création de leur entreprises artisanales en prenant en considération de leurs itinéraire socioprofessionnel.

Notre travail de recherche a pour objectif d'analyser la trajectoire socioprofessionnelle des femmes créatrices entrepreneures et de dégager une somme de caractéristiques liées à l'entrepreneuriat féminin et à ses entreprises à cet effet on a devisé notre travail en six chapitres suivants :

Le premier chapitre porte sur le cadre méthodologique à savoir les raisons du choix du thème, l'objectif de notre recherche, la problématique de la recherche, les hypothèses, la définition des concepts clés liés à notre thème, la méthode et la technique adoptée dans le processus de recueil des informations et on termine avec les difficultés rencontrés.

Le deuxième chapitre intitulé : Entreprise, l'entrepreneuriat et sociologie économique, consacré aux généralités sur l'entrepreneuriat et les caractéristiques d'un entrepreneur ainsi que le processus de la création d'une entreprise, enfin la place de l'entrepreneuriat dans la sociologie économique.

Le troisième chapitre intitulé : Trajectoire des femmes créatrices et motivations des femmes entrepreneures, porte sur les trajectoires antérieures des fondateurs d'ENT, les caractéristique de l'entrepreneuriat féminin ainsi ses motivations et on termine par les difficultés rencontrées par ces femmes entrepreneures lors de la création de leur entreprise.

Le quatrième chapitre intitulé : Le secteur de l'artisanat et ses caractéristiques, on commence d'abord par la présentation de secteur de l'artisanat ainsi que les caractéristiques de l'artisan et de l'activité artisanale, ensuite la présentation de savoir-faire et l'entreprise artisanal et on termine par le rôle de la culture dans l'entrepreneuriat artisanal.

Le cinquième chapitre intitulé : PME et l'entrepreneuriat féminin en Algérie, on commençant par un aperçu historique des PME en Algérie, le rôle et les motivations des femmes entrepreneures algériennes ensuite les obstacles de

l'entrepreneuriat féminin et à la fin la situation et la place de l'artisanat en Algérie.

Le sixième chapitre est consacré à l'analyse et l'interprétation des résultats de notre pré enquête réalisée auprès des femmes créatrices d'entreprises artisanales.

Notre travail se termine par une conclusion générale et la liste bibliographique.

Partie théorique

CHAPITRE I
CADRE METHODOLOGIQUE
DE LA RECHERCHE

Préambule

Dans ce chapitre on va présenter le cadre conceptuel et méthodologique de notre étude, tout d'abord on parlera sur les raisons et les objectifs qui nous ont conduit à choisir ce thème puis on passera à la présentation de la problématique ainsi que ces hypothèses, ensuite la définition des concepts clés ainsi la méthode et la technique utilisées enfin on terminera ce chapitre par les difficultés rencontrées.

1- Les raisons du choix du thème :

Comme toute recherche scientifique, le choix de notre thème de recherche est motivé par un ensemble de raisons objectives et subjectives.

- L'intérêt particulier que représentent les créations des PME au sein de notre société, et l'importance du thème par rapport à la sociologie et aux sciences économiques qui consiste bien une étude et qui est l'un des facteurs primordiaux du développement économique du pays.
- Mettre en valeur la touche des femmes créatrices dans le domaine de l'artisanat.
- Il est question d'enrichir nos connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat des femmes en Algérie pour acquérir des connaissances sur les PME pour pouvoir traduire nos désirs de créer notre propre entreprise dans le futur.
- L'étude de la trajectoire des femmes créatrices entrepreneures de PME de Bejaia va nous permettre de mettre en pratique les connaissances que nous avons acquises pendant notre cursus universitaire.

2- L'objectif de la recherche :

- Notre recherche consiste à comprendre comment les trajectoires professionnelles influencent les femmes à déclencher le processus de création.

3- La problématique

L'entrepreneuriat se présente comme une donnée cruciale dans le développement économique et social, la création de richesses d'emploi, c'est la clé d'évaluation du développement des nations. Les recherches en entrepreneuriat n'ont commencé réellement à se développer qu'à partir de la fin des années 70 qui coïncident avec l'avènement de la mondialisation, notamment, son signe distinctif, l'exacerbation de la concurrence internationale. (CHALAL. F, 2017, P176)

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat féminin s'avère être vital pour le dynamisme de l'économie algérienne. Ce type particulier d'entreprise permet de générer de la valeur ajoutée, susciter la créativité, inciter à l'innovation, et surtout créer de l'emploi. En outre, même si pour certains chercheurs la nature et la structure de l'entrepreneuriat féminin change d'un pays à un autre, et d'une femme à une autre, il n'en demeure pas moins qu'il existe une forte corrélation entre l'entrepreneuriat féminin et le développement économique du pays. A cet effet, entrepreneuriat devrait améliorer la croissance économique. Pour cela, les pouvoirs publics algériens ont intensifié des actions et ont pris des mesures en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin. (BESSOUH. N, 2016, P16). On comprend que les projets et les créations des femmes entrepreneures sont devenus en Algérie une partie très importante dans l'économie du pays et encourage la population à travailler et à réduire le chômage. Même si la version de certains chercheurs diffère du pays à l'autre mais ils disent que le but est le même, c'est de développer l'économie du pays pour cela le pouvoir algérien a ouvert tous les champs pour la réussite de ces créations des femmes entrepreneures.

A ce sujet, les femmes entrepreneures d'aujourd'hui sont motivées par la volonté d'indépendance et une certaine ambition qui sous-entend le désir de développement, elles peuvent saisir des opportunités en dehors de leur domaine d'expérience dont elles considèrent que la création d'activité est une voie pour

atteindre des succès économiques, et personnels face au rôle classique de la femme. (AKRIKPAN KOKOU DOKOU. G et RAYALEH. A-M, 2016, p42). On constate que la femme algérienne d'aujourd'hui a pour but de se faire épanouir, d'atteindre le succès économique et aussi personnel et changé le rôle de la femme ancienne.

Les autorités Algériennes ont adopté une gestion de socialisme et étatique de l'économie, ou l'Etat était le seul acteur qui contrôlait l'ensemble des activités économiques et tout investissement privé. Ainsi la politique de gestion a culminé une économie du marché, incitant le développement du secteur privé réactiver l'économie du pays et de réduire l'intensité du chômage, par l'encouragement de la création des petites et moyennes entreprises(PME) et par conséquent élargir le champ d'action du phénomène de l'entrepreneuriat. (DJADDA. M, 2015, P03). On comprend que toutes les activités économiques et tout investissement privé, c'est l'état qui est le seul acteur et qui contrôle ces activités afin de réduire le taux du chômage.

A cet effet, la majorité des PME en Algérie, sont née à partir de la fin des années 1990 avec l'autonomisation de gestion des entreprises privées, provenant dans la perspective de résolution de divers problèmes déclenchés. Dès lors, la non-efficacité de la restructuration industrielle et à la fin de l'année 2019, la population globale des PME s'élève la population globale des PME s'élève à 1193339 entités, dont plus de 56% sont constitué de personnes morales, parmi lesquelles on recense 243 entreprises publiques économiques, le reste est composé de personne physique 43, 73% dont près de 21% des professions libérales et 23% sont des activités artisanales. L'évolution des PME privées en Algérie durant l'année 2019 est de 4,5%, soit 51494 nouvelles PME crée, ce qui porte le nombre global des PME privées à 1193036. (Ministère de l'industrie et des Mines, 2020, PP 8-13)

De ce fait, l'entrepreneuriat féminin en Algérie est une révolution, contre certaines résistances sans valeur qui font de la femme un être incapable

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

Le statut de la femme a changé en changeant ces aspirations et « cette époque où son travail est résumé au tissage, à la fabrication d'objets en terre cuite et à la couture est bien fini. La femme algérienne a réussi à relever plusieurs défis et entrer dans un monde exclusivement réservé aux hommes ». (ZINEB. B, P01) qu'est celui de l'entrepreneuriat. Aujourd'hui « il ne s'agit plus de mesurer la participation des femmes en nombre d'enseignantes ou de médecins, mais en nombre d'entrepreneurs, produisant des richesses, pour le bien de leurs familles et le bien de leur pays » (ZINEB. B, P01). Pour cela les femmes sont une cible privilégiée pour tous ceux qui militent une faveur de la régression sociale, la femme algérienne cherche, revendique son identité et sa place dans la société, à cet effet la femme se trouve impliquer dans plusieurs rôles, y compris dans le monde du travail et des affaires, elle a pu s'évaluer et donner l'image d'une personne intelligente, charismatique, compétitive et responsable. Cette battante n'est pas restée là, elle a compété l'homme en créant des entreprises, et rentrant dans le marché entrepreneurial.

Les institutions qui ont la charge d'octroyer des microcrédits pour la création de micro entreprise doivent encourager les initiatives venant de femme porteuse de projet. Ces institutions doivent offrir des mécanismes capables de prendre en charge les préoccupations du genre féminin.

Les objectifs majeurs, figurent dans la lutte contre le chômage et la précarité. Cependant de favoriser l'auto-emploi, le travail à domicile, les activités artisanales et les petits métiers, en particulier chez la population féminine. Ces institutions doivent développer l'esprit d'entrepreneuriat afin de

faciliter l'intégration sociale et l'épanouissement individuel des personnes. (BESSOUH.N, 2016, P19)

Par ailleurs, les recherches qui ont été menées sur l'entrepreneuriat féminin portaient principalement sur les caractéristiques des femmes entrepreneures, en les comparant avec celles des hommes.

Ceci explique que la création des entreprises par les femmes demeure aujourd'hui et plus qu'avant un sujet très préoccupant pour toute la société qu'il s'agisse de création nouvelle, reprise, développement, etc. En effet, réussir ce processus long et très souvent complexe ne s'avère pas facile, c'est une tâche pesante à toute femme porteuse de projet. (BENBRAIKA.A, 2014, P01)

Les recherches faites en Algérie nous permettant de découvrir certaines connaissances sur le sujet de la femme entrepreneure, la femme commence à s'imposer dans différents secteurs d'activité à savoir l'industrie, services aux entreprises et beaucoup plus dans l'artisanat.

L'entreprise artisanale, en Algérie est toute entreprise constituée sous l'une des formes prévues par le code de commerce national et présentant trois conditions : l'exercice d'une activité d'artisanale, l'emploi d'un nombre indéterminé de salariés et une direction assurée par un artisan ou un maître artisan, ou par l'association ou l'emploi d'un artisan au moins qui assure la conduite technique de l'entreprise lorsqu'il s'agit d'entreprise dont le chef n'a pas la qualité d'artisan. (MINISTERE DES FINANCES DIRECTION GENERALE DES IMPOTS, 2005, P07)

Gillet Anne a ajouté qu'il faut accentuer, en outre, la nécessité, mais également la prudence à adopter une définition pertinente de la femme entrepreneure dans un contexte national pour conduire une véritable recherche sur le thème dans la mesure où le sujet reste à exploiter. Ajoutant que le phénomène des entreprises dirigées par des femmes reste encore mal cerné en Algérie. Ce contexte a été confirmé par Gillet Anne, dans une interrogation, met en relief les particularités de ce groupe d'être « minoritaire et parfois

privilégié ». Ses enquêtes l'amènent à conclure que ces particularités sont « des apports novateurs au développement de la PME ». Le même auteur réaffirme, malheureusement, qu'aucune recherche à sa connaissance n'existe aujourd'hui sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie. (GILLET. A, 2008, P22)

Ceci explique que, la wilaya de Bejaia est considérée parmi les plus actives en terme de création de PME Algériennes d'ailleurs elle occupe les premières places au niveau national vues la différenciation des activités artisanales, nous allons traiter plusieurs activités comme couture, coiffure, pâtissier, ...

Parmi les régions les plus actives de la wilaya on trouve celle d'Akbou qui occupe une place stratégique dans la création des richesses et des emplois.

A partir de 2005 cette région commencée à connaître des initiatives d'investissements féminins. Dans cette région on a remarqué que les femmes représentent un aboutissement d'un processus d'apprentissage, ce dernier conduit à la maîtrise professionnelle du domaine d'investissement, ce processus est lié à la volonté et aux efforts de la personne elle-même. Donc il s'agit d'une construction qui a pour l'affirmation de soi.

Les femmes créatrices entrepreneures ont des ambitions, voir, l'envie de réussir malgré les obstacles qui les empêchent d'une manière générale de créer leurs propres entreprises.

L'intérêt de notre recherche a pour but de contribuer à une meilleure connaissance, sur la trajectoire socioprofessionnelle, les motivations de la création, et les expériences professionnelles des femmes créatrices entrepreneures dans la wilaya de Bejaia.

Par rapport à ceci et à ce qui précède, notre problématique consiste à répondre aux questions suivantes :

- Comment la trajectoire socioprofessionnelle a influencé ces femmes à déclencher le processus de création ?

- Quels sont les principaux obstacles qui entravent ces femmes lors de la création de leurs entreprises ?

4- Les hypothèses :

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

- **Première hypothèse :**

Les expériences cumulées, les formations poursuivies dans la même activité ont stimulé ces femmes à déclencher le processus de création de leur entreprise.

- **Deuxième hypothèse :**

Les femmes entrepreneures créatrices éprouvent des problèmes administratifs et des difficultés liées à la gestion de leur entreprise.

5- Définition des concepts :

Chaque recherche scientifique est caractérisée par un ensemble de concepts importants et propres à elle :

5-1- Entrepreneuriat féminin :

En ce qui concerne le concept de l'entrepreneuriat féminin, il n'existe pas une définition claire. Cependant, à travers une littérature de plus en plus abondante dans les pays occidentaux, nous avons pu entrevoir que la notion de l'entrepreneuriat féminin ou de la femme entrepreneure a connu plusieurs définitions qui sont qualifiées comme un champ de recherches spécifique et singulier LEVY-TADJINE et ZOUITEN (2004, 2005) et MIONE (2005), l'entrepreneuriat féminin est marqué par une rareté des études et des écueils méthodologiques, (ADEL, F-Z. 2016. P64). Selon MARTIN (2013)

L'entrepreneuriat féminin est issu d'un contexte d'appauvrissement et de promotion de l'initiative privée, il réunit donc, un ensemble d'entreprises variées et tenues par des femmes inscrites dans toute la hiérarchie sociale : elles travaillent dans le secteur formel ou informel, et souvent à la fois dans l'un et

dans l'autre, dans notre cas nous nous limitons à celles qui activent dans le secteur formel. (BEN MAKHLOUF. Y et AKNINE/SOUIDI.R, 2018, P50)

D'après ces définitions l'entrepreneuriat féminin a pris sa place au niveau mondial, vu la participation de la femme entrepreneure qui est sous l'emprise de la gent masculine depuis très longtemps.

5-2- Femme entrepreneure

Selon les études qui ont traité de l'entrepreneuriat féminin, il n'existe pas une définition claire et unique de ce concept, plusieurs auteurs ont essayé de définir ce concept est ambigu et il peut parfois porter à confusion.(Lavoie, 1988) définit la femme entrepreneure comme étant : « la femme qui seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise qui assume les risques et les responsabilités financiers, administratives et sociales et qui participent quotidiennement à sa gestion courante ». (ALEXANDRE. L, 2016, P102). Une femme entrepreneure se définit comme « une femme personne physique venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariat dépendant d'un employeur. Créé une nouvelle entreprise indépendante, en assumant des responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production envisagée. (ZAHRA. A, 2008, P04). Quant à (Fillion, 1996) il définit« une femme entrepreneure comme une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de manière innovatrice et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés ». (FILION. L-J, 1997, P18)

Pour cela on peut constater que la femme entrepreneure est une personne qui crée et gère son activité pour réaliser des objectifs professionnels être autonome financièrement et accomplir des progrès, autrement dit la femme entrepreneure est une femme physique qui cherche l'épanouissement et son autonomie et qui décide de sortir de sa situation d'inactivité vers le monde de l'entrepreneuriat pour créer son entreprise.

5-3- Femme artisanne :

D'après notre pré-enquête, il est apparu que les femmes créatrices de PME dans le secteur de l'artisanat sont des femmes qui ont généralement âgé entre 28 et 45ans, célibataires, mariés avec enfants, qui ont un niveau d'instruction moyen, elles ont des expériences professionnelles moyennes dans des secteurs d'activité similaires et elles ont poursuivi des formations dans le centre de formation. Une femme artisanne est celle qui crée des salons de coiffure, des ateliers de couture et des ateliers de fabrication des bijoux traditionnels) ...

5-4-Trajectoire socioprofessionnelle :

Le terme trajectoire convient à l'approche sociologique qui est la nôtre, à savoir prendre en compte à la fois les déterminismes historiques et socioéconomiques qui pèsent sur la biographie des individus (impulsion et force de gravité) et les accidents que ceux-ci rencontrent ou les opportunités qu'ils saisissent. Le terme parcours pourra être utilisé comme synonyme de trajectoire, on y aura surtout recours pour qualifier les trajectoires des enquêtés, on parlera de « parcours carrière » par exemple ; le terme séquences désignera une suite chronologique de positions codifiées. (LEVENE. T et BROS. F, 2011, p90). La trajectoire est définie sur le plan social : parcours ou itinéraire d'un individu de sa classe d'origine sa classe sociale d'arrivée. Le parcours s'effectue à travers différentes étapes ou passage par les institutions de la reproduction (principalement la famille, l'école) et de la production comme le milieu professionnel et sur le plan individuel : elle peut être professionnelle, scolaire, démographique, familiale, juridique.... Etc., il est bien différencié pour les hommes et les femmes. (AKNOUN.A et ANSART.P, 1999, P540).

Par apport à notre travail nous appelons trajectoire des femmes créatrices, le parcours socioprofessionnel de ces femmes qui précède le lancement d'un projet, tout en regroupant leur niveau d'instruction, les formations poursuivies

avant et après la concrétisation de leur projet et les expériences acquises durant cette période.

5-5- Expérience professionnelle :

Expérience professionnelle au sens le plus strict, on l'a noté, l'expérience ne dépend que de l'individu lorsqu'il est placé dans un environnement de travail donné. Mais on peut étendre l'utilisation de cette notion d'expérience et rappeler que toute activité humaine crée une expérience, variable selon les individus. Cela signifie que toute activité est susceptible d'améliorer plus ou moins les compétences de l'individu. Qui veut dire l'individu améliore son efficacité personnelle dans cette activité. Il faut bien voir la portée de cette proposition : un travailleur qui acquiert de l'expérience dans son travail peut devenir plus efficace pour l'employeur, c'est-à-dire plus productif. Mais il peut aussi devenir plus efficace pour lui-même, c'est-à-dire accomplir son travail avec une fatigue moindre. L'employeur dans ce cas ne tire aucun bénéfice de l'expérience acquise par le travailleur. (VINCENS. J, 2001, P 57)

Par apport à nos femmes enquêtées l'expérience professionnelle fait appel à l'ensemble des activités réalisées ou vécues cumulées par ces femmes avant la création de leur propre entreprise et le nombre d'années exercées dans une activité professionnelle antérieure, ainsi que les connaissances acquises par la formation initiale.

5-6- La création d'Entreprise :

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

- Le local professionnel qui a pour but à stocker du matériel, à produire, à vendre, à gérer l'administratif et le local doit obtenir tous les éléments nécessaires à l'exercice de l'activité, ou pouvoir être aménagé convenablement.
- Le financement est souvent nécessaire pour créer une entreprise artisanale et pour s'orienter sur un projet qu'il sera en mesure de financer.
- Le business plan permet d'aborder un certain nombre de questions importantes pour construire le projet, juger de sa faisabilité et apprécier sa viabilité.

5-7-PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE (PME) :

L'absence de définition stable et concrète de différents types d'entreprises jusqu'à un passé récent rend l'inventaire des PME Algériennes approximatif. Néanmoins, après l'application de la définition de la PME retenue par L'Union Européenne, dans la Charte de Bologne en juin 2000 par l'Algérie, donne une configuration claire de la PME Algérienne. En effet, cette définition est fondée sur trois critères : les effectifs, le chiffre d'affaires et le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise. Elle stipule : la PME, est définie quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production des biens et de services employant entre 1 à 250 personnes à plein temps pendant une année. Dont le chiffre d'affaires n'excède pas 2 milliards de DA ou dont le totale bilant n'excède pas 500 millions de DA et qu'elle respecte le critère d'indépendance. (ABEDOU. A et AUTRES, 2006, P66). La PME est définie comme l'acronyme des petites et moyennes entreprises, qui se définissent en fonction du membre de salariés du bilan ou de chiffre d'affaires, le principal critère utilisé est celui du membre de salaires on considère que la PME sont des entreprises comprenant entre 20 et 249 salaries.

- La moyenne entreprise (ME) : est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires et compris

entre 200 millions et 2 milliards de DA ou dont le total du bilan y compris entre 100 et 500 millions de DA. (ABEDOU. A et AUTRES, 2006, P67)

- La petite entreprise (PE) : est considérée comme une entreprise employant de 10 à 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 200 millions de DA ou dont le total du bilan n'excède pas 100 millions de DA. (ABEDOU. A et AUTRES, 2006, P67)
- La très Petite entreprise (TPE) : la très petite entreprise ou micro-entreprise, est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions ou dont le total du bilan n'excède pas 10 millions de DA. (ABEDOU. A et AUTRES, 2006, P67)

D'après ces définitions, on peut dire que la PME varie d'une entreprise à une autre puisqu'on compte les très petites et les moyennes entreprises et qu'on tient compte généralement de la valeur du chiffre d'affaires et de la valeur du membre défectif.

6-Méthodes et techniques utilisées :

6-1-La méthode utilisée :

Afin d'étudier la trajectoire des femmes créatrices entrepreneures d'Akbou, on a opté pour la démarche qualitative. L'utilisation de cette méthode s'avère nécessaire car elle est liée à la nature de notre sujet qui vise la description et la compréhension du travail des femmes entrepreneures, les qualités de leur travail et leur importance dans la société algérienne.

6-2- La techniques utilisée :

Le choix de la technique dépend aussi de la méthode choisie et des objectifs de la recherche, et pour avoir les informations qui nous permettront de comprendre la place de la femme algérienne dans la création des PME dans le domaine artisanal.

On a opté pour la technique de l'entretien semi-directif, en ce sens qui n'est entièrement ouvert, ni entièrement fermé.

Notre guide d'entretien contient des questions ouvertes pour permettre aux femmes enquêtées de s'exprimer librement afin que nous puissions collecter des données en relation avec les thèmes retenus.

6-3- La présentation du guide d'entretien :

Notre guide d'entretien a été élaboré pour collecter les informations sur terrain afin de vérifier les hypothèses énoncées. Il est reparti en trois axes :

- Le premier axe : est consacré aux données personnelles des femmes créatrices interrogées comme l'âge, la situation matrimoniale, le niveau d'instruction.
- Le deuxième axe : consacré aux coordonnées de l'entreprise
- Le troisième axe : est consacré sur la trajectoire des femmes créatrices de PME.
- Le quatrième axe : consacré aux différents obstacles qui traversent les femmes créatrices durant la création et l'exercice de leurs activités.

7- Les difficultés rencontrées :

Nous avons rencontré des difficultés pour mener à bien cette étude. Ces difficultés méritent d'être citées sous quelques points :

- La difficulté dans le déroulement des entretiens, du à la non maîtrise de la langue française de la part des interrogés.
- Le mode de réponse est incomplet, car la majorité a répondu par « oui » ou « non », « ça va », « moyen », « pas vraiment » ...
- Le refus de quelques femmes d'utiliser l'outil « d'enregistrement ». Décision qui nous a obligés à nous référer à l'écrit de leurs propos. Ce qui a nécessité davantage plus de temps pour achever un entretien.

Conclusion du chapitre

Le chapitre porte sur, les raisons du choix de notre thème et les objectifs visés à atteindre durant notre recherche ainsi, la problématique qui s'est basée principalement sur l'identification des questions à poser dans notre enquête et de faire une présentation générale sur le problème de la recherche, précisément sur la trajectoire des femmes créatrices de PME dans le secteur artisanal en Algérie, pour ce qui concerne les hypothèses, nous avons commencé à les décortiquer et la définition des concepts clés, et enfin nous avons présenté quelques difficultés rencontrées.

CHAPITRE II

***Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie
économique***

Préambule

L'objectif de ce chapitre est de montrer quelques éléments théoriques touchant à la notion de l'entrepreneuriat en général, ses paradigmes, ses différents formes, l'entrepreneur et ses caractéristiques ainsi la création de l'entreprise. Puis nous allons traiter l'entrepreneuriat et présenter les différentes étapes qui mènent à la création d'une entreprise. Enfin nous allons aborder la place qu'occupe l'entrepreneuriat dans la sociologie économique.

1. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

Pour VERSTRAETE et FAYOLLE (2005), quatre paradigmes permettent de cerner le domaine de recherche en entrepreneuriat :

a) Paradigme de l'opportunité d'affaires : Ce paradigme est réputé le plus récent dans le domaine de recherche en entrepreneuriat. Cette conception s'inspire largement des travaux de SHANE et VENKATARAMAN (2000). Ces deux auteurs, se situent parfaitement dans ce paradigme tout en intégrant, le processus découvert, évaluation et exploitation de l'opportunité est associée à des individus (découvreurs, évaluateurs et exploiters). Cette perspective porte sur l'émergence d'une nouvelle organisation. Une activité peut être considérée nouvelle parce qu'elle crée une nouvelle idée qu'elle combine avec les idées préexistantes. Ils présupposent que les opportunités existent dans la nature et il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour les exploiter et les transformer en réalité économiques. (SHANE. S et VENTAKARAMAN. S, 2000, p 217-226).

b) Paradigme de la création d'une organisation : Ce paradigme représente l'axe le plus utilisé dans le champ de l'entrepreneuriat. Selon Verstraete : « l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés à l'occasion ». (VERSTRAETE. T, 2003, p13). L'entrepreneuriat est donc un phénomène combinant un individu à une organisation, il n'y pas d'entrepreneuriats il n'y pas d'organisations souvent la création d'entreprise et

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

le concept le plus cité est le plus proche de l'entrepreneuriat. (VERSTRAETE. T, 2000, p 229).

c) Paradigme de la création de valeur : Le paradigme la création de valeur est clairement illustré par une citation, de Ronstad : « l'esprit d'entreprise est le processus dynamique de création de valeur ajoutée. Cette valeur est créée par des individus qui assument les risques majeurs en termes d'équité, de temps et / ou d'engagement professionnel pour prouver la richesse pour certains produits ou services. Le produit lui-même peut ou non être nouveau ou unique, mais la valeur doit en quelque sorte être infusée par l'entrepreneur en sécurisant et en répartissant les compétences et les ressources nécessaires. (ROSTAND. R-C, 1984, p7)

d) Paradigme de l'innovation : C'est le paradigme le plus ancien, parmi les premiers qui ont travaillé sur ce concept, « l'entrepreneuriat et l'innovation sont associé depuis que l'économiste Joseph Schumpeter a évoqué la force de processus de destruction ». (FAYOLE. A, 2004, p10). Selon Julien et Marchesnay ont affirmé que le moteur de l'entrepreneuriat est l'innovation, elle constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celle-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore pour réorganiser l'entreprise. L'innovation c'est créer une entreprise différente de ce qu'on connaissait auparavant, c'est découvrir ou transformer un produit, c'est proposer une nouvelle façon de faire, de distribuer ou de vendre. (JULIEN. P-A et MARCHESNAY. M, 1996, p35)

2. Les formes de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un concept qui prend énormément de l'ampleur dans le monde entier. Pour ce lancer et prendre la bonne voie, il est important de connaître ces différentes formes qui existent :

La création ex-nihilo : Concerne la création par un individu ou un groupe (salarié, chômeur) d'une entreprise indépendante exerçant une activité nouvelle. (BRUYAT. C, 1993, p09). Cette forme d'entrepreneuriat se caractérise par un

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

degré élevé de nouveauté, des activités et d'indépendance de l'entreprise. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être particulièrement

Bien évalués. (FAYOLLE. A, 2005, p41).

Ceci explique que quand quelqu'un ou individu qui crée une entreprise ou un projet de zéro et rien n'existe sur la situation et devient son propre projet et revient à lui et ça c'est la création ex-nihilo.

La création par essaimage : C'est la création d'entreprise par des salariés, des grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprises. Les projets peuvent être variés et concernés la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur. (FAYOLLE. A, 2005, p41).

C'est le fait de créer une entreprise lorsqu'on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise, le travail doit être opérationnel et ou coordination pour aider le lancement de projet.

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

C'est un contrat entre deux personnes le franchisé et le franchiseur, ces personnes un il a de la marque et l'autre il exploite la marque et il gère son affaire.

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

La reprise d'entreprise : cette forme d'entrepreneuriat est d'habitude associée à la reprise ou à la succession des entreprises familiales. Cependant, la reprise d'entreprise va au-delà est peut-être défini comme « un processus par lequel une personne physique ou morale, l'entrepreneur acquiert la propriété d'une entreprise ou d'une activité existante et occupe les fonctions de direction générale ». (FAYOLLE. A, 2004, p169).

Cette étape veut dire de faire un projet qui déjà existé mais de le faire dans une place et un lieu connu qui mène à la réussite.

Intrapreneuriat : consiste à entreprendre dans le cadre d'une organisation existante. Des projets stratégiques et des projets d'innovation peuvent être développés dans des grandes entreprises, sans qu'il y ait nécessairement une création d'entreprise ou la création d'une nouvelle organisation. Les situations d'intrapreneuriat sont nombreuses et également très variées. Ces situations peuvent permettre un apprentissage, en douceur du métier d'entrepreneur. (FAYOLE. A, 2005, p 43).

L'intrapreneuriat est une démarche d'entrepreneuriat au sein même d'une entreprise existante et permet au salarié de mener un projet innovant.

3. L'entrepreneur et ces caractéristiques :

3-1L'entrepreneur :

L'entrepreneur, c'est l'essence ou le cœur même de l'entrepreneuriat. C'est celui qui innove en fonction des opportunités qui se présentent, mais aussi qui organise les ressources pour produire et commercialiser tout en recherchant son intérêt. (JULIEN. P-A et MARCHESNAY.M, 1996, p51). L'entrepreneur est certainement le personnage le plus curieux de l'analyse économique et de gestion, considéré comme centrale par ces disciplines. (JULIEN P-A et MARCHESNAY. M, 1996, P09).

L'entrepreneur est au cœur du phénomène entrepreneurial, et sa volonté d'entreprendre repose sur l'envie d'imaginer, réaliser et développer un projet en disposant d'une marge de manœuvre maximum pour mettre en œuvre sa « vision

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

du monde » dans le système de valeurs qui est le lien. Le désir premier est donc d'imprimer le projet de sa marque afin qu'il se reconnaisse à travers l'entreprise née de son imagination, l'appropriation symbolique du projet est alors possible, le porteur trouve un sens à ses actions et pourra s'engager passionnément dans la réalisation quotidienne de son « œuvre » (DADY. F, 2002, P11).

Les travaux de D-C. MC CLELLAND (1961) ont essayé de faire comprendre le système de valeurs et les motivations de l'entrepreneur. MC Clelland a révélé deux dimensions essentielles qui détermineraient un comportement d'entrepreneur : le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance ; le besoin d'accomplissement pousse un individu à être responsable de la solution de ses problèmes et en conséquence à se fixer lui-même les objectifs aptes à l'épanouir. Le besoin de puissance, moins étudié, passerait par une volonté plus ou moins explicite d'occuper une place prédominante dans un système. (DANY. F, 2002, P07).

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

Au-delà de ces définitions, on constate que l'entrepreneur c'est quelqu'un qui entreprend, est un acteur de l'entrepreneuriat car ce dernier remplit des tâches socioéconomiques et qui a pour but de réaliser un certain nombre d'objectifs économiques et celui qui conduisent à la reproduction de la valeur.

3-2 Les caractéristiques d'un entrepreneur(e) :

Le métier de l'entrepreneur fait appel à un ensemble de caractéristiques intrinsèques spécifiques à la personne, à des connaissances, des apprentissages et des compétences.

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

a) Les traits caractéristiques :

Les différentes caractéristiques sont attribuées à l'entrepreneur selon Julien P-A et Marchesnay. M (1996), l'entrepreneur dispose de plusieurs traits caractéristiques qui représentent des valeurs et des attitudes face à l'environnement socio-économique dont il procède. Les traits caractéristiques sont :

Le besoin d'accomplissement : les chercheurs de l'approche par traits veulent démontrer que le besoin d'accomplissement est l'une des principales caractéristiques du comportement de l'entrepreneur.

Selon Maclellan, le besoin d'accomplissement est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur. Ses travaux se sont basés sur le critère de besoin d'accomplissement : ils ont identifié une relation de corrélation entre le besoin d'accomplissement, comme trait personnel entrepreneurial et le développement économique. (ESTAY. C, 2006, p22).

Le besoin d'indépendance : les entrepreneurs veulent prendre le contrôle de leur avenir. Ces entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et se caractérisent par un certain sens d'autonomie très poussé.

La confiance en soi : les entrepreneurs sont par définition optimistes : ils croient en leurs capacités et s'assurent de tout mettre en œuvre pour atteindre leurs objectifs et ont une maîtrise en soi.

L'innovateur : Joseph Schumpeter, souligne que l'entrepreneur et l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation. Selon lui, seuls les

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

individus sont capables d'innover et méritent l'appellation d'entrepreneur. (HERNADEZ. M, 2001, p18).

Un preneur de risque : chez les entrepreneurs, la prise de risque est spécifique à certains domaines et certaines situations. Certains chercheurs estiment que la disposition à prendre des risques est l'essence de l'activité entrepreneuriale et la création d'entreprise serait réservée à ceux qui auraient une moindre aversion au risque. Des spécialistes s'accordent à dire que la prise de risque est considérée comme un caractère qui différencie les entrepreneurs des autres individus. (CHARLES. J, 1992, p22).

b) L'entrepreneur est un opportuniste : Entreprendre c'est conquérir une place sur le marché, qui doit être souvent à l'affût d'opportunités ou de nouveautés de manière à mieux répondre au marché ou à ouvrir un nouveau marché. (JULIEN. P-A et MARCHESNEY. M, 1996, p52).

c) L'entrepreneur est un organisateur : L'entrepreneur c'est l'être ingénieur qui soit habilement organisé les ressources nécessairement limitées. Il faut être capable de réunir les ressources et de les organiser de façon à développer et commercialiser l'innovation. (JULIEN. P-A et MARCHESNEY. M. 1996, p52-53).

d) L'entrepreneur est un joueur : l'entrepreneur est aussi un joueur qui aime les défis, caractérisé aussi par la prise de risque et l'incertitude, l'idée du risque si présentés dans les analyses sur l'entrepreneuriat, s'explique par la difficulté à bien distinguer l'incertitude du risque. L'entrepreneur n'est jamais assuré de la réussite mais jusqu'à preuve de contraire, il croit au succès. (JULIEN. P-A et MARCHASNEY. M.1996, p52-53).

e) L'entrepreneur motivé : Le défi est donc en soi un des objectifs de l'entrepreneur et dans ce cas, le succès marqué par le profit est la preuve du bon choix, sinon des bonnes décisions qui ont été prises pour vaincre les obstacles, mais il existe aussi bien d'autres objectifs ou motivations pour se lancer en affaires ou pour innover il ya aussi l'ambition, la nécessité ou l'intérêt de se

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

trouver un emploi à la mesure de sa capacité ou d'assurer un revenu décent, ou de l'emploi pour sa famille de créer de l'emploi dans sa région et d'être ainsi bien vu de son entourage... (JULIEN.P-A et MARCHESNEY. M, 1996, p53-54).

4. Entrepreneuriat et création de l'entreprise

4-1 Définition de l'entrepreneuriat :

Il existe par contre plusieurs définitions de concept de l'entrepreneuriat, car il n'y a pas de consensus sur une définition spécifique et complète. Nous essayerons de clarifier la notion « l'entrepreneuriat » à travers quelque définition.

D'après Fayolle et Filion « l'entrepreneuriat : 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 créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise ». (FAYOLLE. A et FILION L-J, 2006, p254).

A. Tounès (2003) pour lui l'entrepreneuriat est le fruit de facteurs psychologiques, sociaux, culturels, politiques et économiques. Il prend forme d'attitudes, d'aptitudes, de perceptions, de motivations et de comportements qui se manifestent dans un contexte donné. Il peut s'exprimer sous diverses formes telles que l'entrepreneuriat, l'essaimage, la franchise ou la filialisation.

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

L'entrepreneuriat est aussi un emploi par laquelle l'individu acquiert l'autonomie, l'épanouissement de personnalité et l'émancipation et lui assure un

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

revenu aidant à répondre au besoin personnel et familial. (BOUFELDJA, 2018, p04).

On comprend que l'entrepreneuriat est un champ d'études de l'entrepreneur et aussi l'action d'entreprendre, de mener bien un projet, est un phénomène consistant à créer une nouvelle organisation ainsi un état d'esprit qui consiste à investir des moyens pour mener un projet économique dans le but de réaliser des profits et d'assurer la survie de l'entreprise.

4-2 La création de l'entreprise :

La création d'entreprise est un complexe et hétérogène. Créer une entreprise est un acte à la fois banal et extraordinaire, au sens étymologique. Créer une entreprise est par ailleurs un acte qu'un individu ne renouvelle pas fréquemment dans une vie professionnelle. L'acte de création suit des trajectoires variées. Il n'y a pas un parcours qui ressemble à un autre. On peut créer par choix, avec une intention qui s'est formée et développée au fil du temps, après avoir évalué l'ensemble des alternatives. On peut aussi créer une entreprise par hasard, sans être vraiment posé la question, sans véritable anticipation et préparation (FAYOLLE. A, 2004, p109).

La création d'entreprises véhicule des idées et des images qui résistent à l'usure du temps et à l'apparition de discours plus nuancés. L'entreprise créée, l'entreprise nouvelle est assez systématiquement une source de richesse et d'emplois. Celui qui la crée, l'entrepreneur est un individu doté de grande qualité qui va devenir un chef d'entreprise respecté et, pour couronner le tout, un homme riche. Un discours trop général, sans nuances, sur la création d'entreprise ne permet donc pas de concevoir et de mettre en œuvre des actions adaptées et efficaces. L'hétérogénéité du phénomène de création d'entreprise vient des entrepreneurs (différences en termes d'objectifs, d'ambition, de ressources, de méthode...) des projets (degré d'innovation, potentiel de développement, besoins de financement...) et de l'environnement (pertinence des besoins, intérêt social, intérêt économique...) (FAYOLLE. A, 2004, p110).

4.3 Les étapes de la création d'entreprise :

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

b) Conception et formulation du projet de création : Après avoir identifié l'opportunité et définit les grandes lignes des projets, il faut tout mettre en œuvre pour faire de l'opportunité une activité économiquement rentable. De jouable et réaliste, le projet doit se déplacer vers la position de réalisation. A ce stade, chacune de ces études : l'étude de marché, l'étude industrielle, l'étude financière et l'étude juridique doivent être conduites ; pour permettre de répondre aux nombreuses questions qui se posent et d'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaires ou business plan. Ces études permettent également de positionner le projet de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente. (FAYOLLE. A, 2004, p119).

c) Montage juridique et financement du projet : Le montage juridique est important, le choix d'une structure juridique a des conséquences fiscales et sociales sur le créateur et sa famille, il est souhaitable de décider en parfaite connaissance de tenants et des aboutissants. D'autre part, la sélection du statut juridique de l'entreprise doit être faite en fonction du contexte stratégique, financier et humain. Mais le montage juridique ne se limite pas au seul choix d'une structure juridique, il est nécessaire aussi de sécuriser, autant que possible, les relations avec les tiers : salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

sous-traitants. Enfin, dans le cas de la création d'entreprise innovante, il faut maîtriser les techniques de protection et de valorisation-négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels. (FAYOLLE. A, 2004, p120).

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

5. La place de l'entrepreneuriat dans la sociologie économique :

La question de l'entrepreneuriat a commencé à occuper une place importante dans les sciences économiques et sociales concernant la création de l'entreprise, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprise et les organisations. L'économie et la sociologie essayant d'apporter des éléments de réponse aux questions liées à l'entrepreneuriat.

5-1 Définition de la sociologie économique :

La sociologie économique peut être définie comme « l'ensemble des théories qui s'efforcent d'expliquer les phénomènes économiques à partir d'éléments sociologiques » (SWEDBERG, 1924) ou comme discipline capable de « penser sociologiquement les faits économiques » (GISLAIN et STEINER, 1995). La sociologie économique étudie les faits économiques en apportant l'éclairage donné par l'analyse sociologique, c'est-à-dire par des méthodes différentes de celle de la théorie économique, comme les enquêtes, les typologies, les méthodes comparative ou, plus récemment, l'analyse de réseau. (STEINER. P, 1998, p111).

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

Marck Granovetter caractérise sa sociologie économique par les traits suivants : « mon approche de la sociologie économique repose sur deux propositions sociologiques fondamentales : premièrement, l'action est toujours socialement située et ne peut pas être expliquée en faisant seulement référence aux motifs individuels ; deuxièmement, les institutions sociales ne jaillissent pas automatiquement en prenant une forme incontournable, mais sont construites socialement. Ces deux idées sont décisives : elles insistent sur le fait que les thèmes chers à la théorie économique (l'action individuelle intéressée dans un cadre institutionnel donné) ne sont pas exclus du champ de l'analyse, mais ils ne sont pas non plus considérés comme des phénomènes allant de soi, uniques supports de l'explication scientifiquement recevable. (STEINER. P, 1998, p27)

On a constaté d'après ces définitions que la sociologie économique est un domaine de la sociologie qui cherche à comprendre et expliquer par les outils de la sociologie les diverses formes d'économie et cherche à coupler les intérêts économiques avec les relations sociales, ainsi que la sociologie économique suggère qu'il est nécessaire et utile de faire rencontrer les théories économiques.

5-2 La relation de l'entrepreneuriat dans la sociologie économique :

Pour Max Weber l'entrepreneur est la figure sociale centrale des sociétés capitalistes. Tourné vers l'innovateur et le risque. (FREDERIC. L, 2009, p60).

L'entrepreneuriat a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral, l'entrepreneur devait relier ses comportements et ses actions à des besoins et des attentes exprimées par toutes les composantes de la société. D'après SHUMPETER, « l'entrepreneur est un agent économique à part entier ». Cependant cette définition s'est centrée sur ce que doit porter l'entrepreneur de plus à l'économie en terme d'innovation, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restriction du tissu économique. (TOURS. A et FAYOLE. A, 2006, p26).

L'intérêt d'une perspective de sociologie économique est peut-être distinguée, à la lumière d'une lecture critique des théories économiques, ce qui

CHAPITRE II Entreprise, Entrepreneuriat et la sociologie économique

peut, constituer le socle d'une sociologie de l'entrepreneur distincte d'une simple sociologie du marché. Considérer comme le fait la théorie standard que l'acteur économique amène sur le marché des biens et des services qu'il cherche à échanger en vue d'un profit, offre en effet à la sociologie économique un programme d'études du marché ou plutôt des institutions qui sous-tendent le marché et rendent possibles les transitions. La sociologie de l'entrepreneur est une économie empirique des manières de faire dans les entreprises et d'y rémunérer les facteurs de production. L'entrepreneur étant celui qui, dans des conditions variées dont la sociologie peut chercher à rendre compte, accepte une rémunération non contractuelle en contre partie du risque pris et de l'incertitude inhérente à ses décisions. (ZALIO. P-P, 2004, p27)

L'entrepreneur est un agent qui se procure des biens sur le marché pour les combiner à d'autres biens et pour obtenir un produit qu'il revend, mais dont la qualité est avant tout d'avoir perçu avant les autres un écart de prix entre la rémunération implicite des biens qu'il engage dans la production et leur prix de marché. L'innovateur SCHUMPETERIEN cherche également, dans l'ensemble des transformations possibles des biens et des innovations technologiques, celle qui lui permettra d'offrir un produit que d'autres ne savent pas mettre sur le marché. (ZALIO. P-P, 2004, p28).

Conclusion du chapitre

Nous constatons d'après ce chapitre que l'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène complexe et multidimensionnel, il devient un moyen pour les milieux d'assurer leur capacité d'innovation et leur compétitivité. La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement économique, elle n'est rien sans l'entrepreneur car il est le représentant et l'acteur de l'entrepreneuriat.

CHAPITRE III

*Trajectoire des femmes créatrices et motivations
des femmes entrepreneures*

Préambule

A travers ce chapitre, nous allons essayer d'aborder en premier lieu le point qui traitera la trajectoire socioprofessionnelle des femmes entrepreneures. Ensuite on abordera l'élément de l'entrepreneuriat féminin et ses caractéristiques et celles de leurs entreprises, ainsi que leurs motivations les défis et obstacles que traversent les femmes entrepreneures.

1. Les trajectoires professionnelles antérieures des fondateurs d'ENT :

1.1 Le cadre d'analyse des trajectoires professionnelles antérieures :

La trajectoire professionnelle antérieure représente l'ensemble des événements Professionnels qui marquent le cheminement d'un individu (Paul, 1992). Cette dimension d'ordre structurel insiste sur les aspects événementiels, vérifiables et quantifiables du discours du créateur. Elle permet de mettre en évidence des dates et des faits centraux marquants de la vie professionnelle.

Cette dimension prend particulièrement en compte les aspects objectifs de son parcours (MOREAU. R, 2004, P236).

Les cheminements antérieurs des fondateurs sont marqués par différents changements. Ils peuvent prendre plusieurs formes, comme l'indique Catherine BEDUWE (1992). Il peut s'agir d'une mobilité d'entreprise (un changement d'établissement ou de secteur d'activité), d'une mobilité socioprofessionnelle (un changement de poste ou de profession) et de statut (actif, chômeur, inactif). Quand ces changements se produisent au sein de la même entreprise, on parle de mobilité interne. Quand le changement correspond à un changement d'entreprise, on parle alors de mobilité externe (MOREAU. R, 2004, P236).

Chacune de ces formes de mobilité peut faire l'objet de mesures. Elles portent sur la durée de temps des mobilités internes et externes, et sur le nombre de mobilités effectuées. Ainsi, chaque trajectoire relate le temps que la personne passe dans une (ou plusieurs) entreprise(s) avant de créer son organisation, le

CHAPITRE III Trajectoire des femmes créatrices et motivations des femmes entrepreneures

nombre d'entreprises qu'elle traverse avant de créer la sienne, la durée totale du cheminement, et l'état de fragmentation de ce dernier (MOREAU. R, 2004, P236).

Arocena, Minguet et autres. (1983) montrent que la richesse d'un cheminement individuel ne se borne pas à ces seuls repères. Il faut inclure la manière dont le créateur articule les évènements, les relie, les évalue, bref, ce qui fait sens pour lui, à travers eux, dans l'explication de son passage à l'acte (MOREAU. R,2004, P237). Les fondateurs possèdent un jugement subjectif vis-à-vis de leur parcours et de leur changement de statut qu'il faut recueillir. Leurs discours sur leurs trajectoires antérieures sont des outils conceptuels importants. En effet, ce sont des histoires argumentées des arbitrages qu'ils ont opérés, donc des récits de leur autonomie et de leur construction sociale d'un statut d'entrepreneur. Il est intéressant de mobiliser à cette occasion, les outils de la sociologie compréhensive dont Max Weber a posé les règles. Elle repose sur l'idée que pour rendre intelligible le jeu social, il faut tenter de comprendre les raisons et les motivations des acteurs sociaux, en partant des plus objectivables pour aller vers les plus subjectives : un sentiment ou une motivation compréhensible compte tenu de l'histoire du sujet par exemple (MOREAU. R, 2004, P237).

Les composantes et les indicateurs des trajectoires professionnelles des fondateurs d'ENT sont exposés dans le tableau suivant :

CHAPITRE III Trajectoire des femmes créatrices et motivations des femmes entrepreneures

Tableau n°1 (Les composantes d'analyse de la trajectoire professionnelle d'un créateur d'ENT) :

Eléments structurels	Mobilité d'entreprise	Nombre de changements d'entreprises ou d'organisations
		Durée du temps passé dans chaque entreprise
		Durée de temps passé entre la fin des études et la création
		Nature des entreprises traversées (PME, grandes entreprises...)
	Mobilité professionnelle	Nature des postes occupés (ingénieurs, professeur...)
		Sens de la mobilité (ascendante, descendante)
		Nature de la mobilité (intra ou inter)
Mobilité statutaire	Oui/ non (inactif, chômeur...)	
Eléments subjectifs	Connaissances et pratiques acquises	Nature des connaissances acquises (domaine technique, domaine de gestion ou les deux)
		Pratique des problèmes d'entreprises (aucune, limités au poste, à un département, à l'entreprise)
	Les attitudes et le sens	Attribués à la trajectoire antérieure (aux entreprises et à l'emploi)
		Attribués à la rupture (modes de passages à la création)
		Attribués à l'acte fondateur

Source : (Moreau. R, 2004, P237)

2. L'entrepreneuriat féminin et ses caractéristiques

2.1 L'intérêt pour l'entrepreneuriat féminin

L'évolution des facteurs sociologiques encourage les femmes à pénétrer le monde du travail. Depuis la Seconde guerre mondiale, l'influence des femmes n'a fait qu'augmenter sur le marché du travail occidental, leur motivation était en partie expliquée par le besoin d'indépendance financière et d'auto-suffisance. Il faut y ajouter aussi l'incapacité d'une seule paie à répondre aux besoins financiers de nombreuses familles de la classe moyenne, la croissance du taux de divorce et l'augmentation du nombre de femmes vivantes seules. De plus, les valeurs et les attitudes envers le travail payé ont changé, ce qui a encouragé les femmes en sécurité financière à chercher néanmoins leur épanouissement à l'extérieur du foyer. (HIMRANE. M, 2017, P08)

Les travaux en entrepreneuriat ont été réalisés principalement sur les entrepreneurs masculins en raison de la représentativité de cette catégorie au regard de sa proportion. C'est seulement à partir de la fin des années 1970 que l'entrepreneuriat féminin a commencé à émerger, commençant par l'étude des caractéristiques psychologiques et sociologiques des femmes entrepreneures (HIRMANE. M, 2017, p08).

Au milieu des années 1970, les hommes avaient constitué de loin la principale composante de la population entrepreneuriale et il n'y avait pas à cette époque une perception du statut de la femme entrepreneure comme étant un phénomène distinct (US Bureau of the CENSUS, 1977). Il a été tout simplement supposé que les hommes et les femmes entrepreneures possèdent essentiellement les mêmes caractéristiques. (HIMRANE. M, 2017, p08).

2.2 Les caractéristiques des femmes entrepreneures :

La femme entrepreneure affronte de nombreux défis dans sa vie pour atteindre ses objectifs. Elle a une capacité de leadership spécial à beaucoup de niveaux, parce que son esprit actif et positif la pousse à lutter, en n'ayant pas

CHAPITRE III Trajectoire des femmes créatrices et motivations des femmes entrepreneures

pour des compromis et en assumant les échecs comme des expériences d'apprentissage ; c'est une personne qui, lorsqu'elle tombe se relève et recommence à nouveau, avec plus de force que jamais ; cependant, il y a certaines caractéristiques qui la distinguent de beaucoup d'autres personnes (ADJOUT. S, 2018, p05).

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

Selon Lavoie les femmes entrepreneures propriétaires d'entreprises ont un niveau de scolarité plus élevé que la moyenne des autres femmes en général (CHEIKH ABDOUL KHADRE. M, 2008, p69).

➤ Capacité à communiquer et d'échanger :

Une femme entrepreneure possède une grande habileté pour communiquer de manière efficace avec les personnes. Elle sait s'exprimer correctement ; mais elle sait également se taire et écouter ce que les autres ont à dire, en se mettant à la place des autres, en étant réceptive à ces idées ; de plus, elle sait exprimer des critiques, toujours avec un point de vue constructif, en aidant les personnes qui sont sous sa responsabilité, dans le cas où elle a un poste à responsabilités et d'autorité ; bien que ceci puisse être appliqué dans tous les aspects de sa vie.

➤ Habilité persuasives :

Elle possède d'excellentes stratégies en faisant des business plans, de cette façon elle peut atteindre le succès assurément ; le pouvoir de persuasion pousse un leader vers l'avant, c'est une caractéristique qui donne de la force aux femmes ; une étude réalisée dans des pays d'Amérique Latine et des Caraïbes, délégué par le Fond Multilatéral d'Investissements (FOMIN), a observé les

CHAPITRE III Trajectoire des femmes créatrices et motivations des femmes entrepreneures

profils, défis et besoins des femmes entrepreneures de haute croissance ; où la gérante générale de cette organisation Nancy Lee, a assuré que la femme est un moteur important qui encourage l'innovation et la réduction de la brèche entre les sexes (FRANCINE. R et LOUISE. ST-CYR, 2007).

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

La femme entrepreneure est idéaliste et astucieuse, elle est préoccupée par la question de faire de l'argent mais n'est pas obsédée. Elle assumera des risques, mais ces derniers sont calculés, elle analyse l'environnement, crée son produit ou son service, en étudiant la viabilité de ses projets ; en établissant des résultats prévisionnels pour ses activités, c'est pour cela qu'elle ne se lancera pas dans un environnement qui n'est pas sûr ; pour autant elle calcule les risques de chaque décision et évite que ces derniers ne soient pas nécessaires (MARIE-HELENE. L et LOUISE. ST-CYR, 2000, p 05).

➤ **confiance en soi :**

C'est une autre caractéristique très particulière qui identifie la femme entrepreneure. Elle a une confiance absolue dans ses projets, elle possède de la sécurité dans sa préparation pour affronter ces responsabilités et aller de l'avant ; c'est quelque chose qui est étroitement lié avec son estime de soi personnelle, en affrontant le résultat, afin que ce soit celui-ci espéré (HIMRANE. M, 2007, p12).

➤ **persistance et ténacité :**

Une femme peut être très humble, mais à la fois être la plus tenace, persistante et persévérante, en maintenant sa constance toujours ferme jusqu'à ce qu'elle atteigne tous ses objectifs, avec son engagement et tous ses efforts. Le succès exige des sacrifices, la plupart des femmes entrepreneures, commencent en investissant leurs propres économies, avec un grand optimisme, en s'adaptant aux circonstances et avec une rapide disposition pour s'ajuster aux nouvelles situations (FATIMA ZAHRA. R, 2006, p07).

3. Caractéristiques des entreprises créées par les femmes :

Les caractéristiques des entreprises créées par les femmes entrepreneures sont analysées en comparaison avec celles des entreprises détenues par les entrepreneurs masculins afin de faire ressortir les différences qui permettront de caractériser les entreprises occupées par les femmes. Les auteurs qui se sont intéressés à cette catégorie d'entreprises ont permis de faire ressortir les caractéristiques suivantes : (BERNARD. C, 2013, p78).

- Des différentes recherches montrent que les entreprises féminines sont le plus souvent des entreprises de petite de taille (un à neuf employés), cela est tributaire « au secteur d'activité et au degré de formation » (JOHAN. L, 2003, p24) des femmes qui sont généralement dans le secteur tertiaire comme le commerce, l'artisanat, éducation...etc.
- Elles sont plus jeunes que les entreprises créées par les hommes, du fait que les femmes investissent de temps et de l'argent dans leur jeunesse pour créer leurs entreprises.
- Les entreprises créées par les femmes entrepreneures sont sous-capitalisées par rapport à celles créées par les hommes. Les femmes démarrent leurs entreprises avec uniquement 1/3 du capital utilisé par les hommes pour la création de leur entreprise.
- Des entreprises créées par les femmes entrepreneures sont détenues en copropriété avec le conjoint qui partage avec sa femme la gestion de l'entreprise.
- Elles ont recours à des technologies de productions très traditionnelles, s'explique par des difficultés que rencontrent les entrepreneurs dans l'accès au financement notamment de la part des institutions financières, comme l'indiquent plusieurs recherches « les entrepreneures ont plus des difficultés à obtenir le financement que leurs homologues masculins »

CHAPITRE III Trajectoire des femmes créatrices et motivations des femmes entrepreneures

(Comité De Travail Sur L'entrepreneuriat Féminin En Outaouais, 2005, p50).

- Les entreprises dirigées par des femmes ont dans la grande majorité des cas une activité locale (Fatma. Z, 2006, P12) et cela veut dire que leur taille minime est le problème du secteur informel.

4. Motivation de création d'entreprise par les femmes entrepreneures :

➤ Les femmes entrepreneures comme leur homologue masculin, le goût de défi, le désir de réaliser un rêve, l'amour de métier, le hasard d'une occasion idéal ont été des facteurs déterminants des femmes entrepreneures dans leur décision de passer à l'action d'entreprendre.

➤ Les femmes entrepreneures fondent leurs entreprises d'abord pour des motifs d'accomplissement. Elle veut utiliser ses talents, se dépasser et se réaliser, se prouver qu'il est capable de rechercher des défis, trouver des occasions de créer et conquérir son autonomie.

➤ Suite à des raisons économiques et la présence d'opportunités. Ces motivations se retrouvent aussi chez les hommes ont été cités par des chercheurs comme Gosselin (1987), STEVENSEN (1984).

Le besoin d'indépendance et de réalisation assez fréquent chez les femmes qui vivent souvent des frustrations dans leur travail.

➤ Les motivations tentent d'expliquer les raisons qui amènent un individu à créer sa propre entreprise en les regroupant en deux grandes classes de motivations : les « push motivations » et les « pulls motivations » (PINTRICK. S, 2003, p98).

Nous parlons de « pull motivations » lorsque la création d'entreprises est considérée par l'individu comme une source de profits, matériels ou non, et de « push motivations » lorsque la création résulte d'un conflit entre la situation dans laquelle l'individu se trouve et celle qu'il cherche. Les « push motivations » font

CHAPITRE III Trajectoire des femmes créatrices et motivations des femmes entrepreneures

référence à des expériences négatives, telles que des situations liées à l'emploi (exigences familiales, chômage, licenciement, impossibilité de trouver un emploi ou encore insatisfaction au travail due par exemple à une mauvaise ambiance, à l'absence de possibilités de promotion, à de mauvaises relations avec la hiérarchie, etc.).

Les motivations « PULL » : entrepreneuriat d'opportunité

Les motivations pull : opportunité :

L'entrepreneuriat d'opportunité découle des événements positifs dans la vie d'un individu qui a découvert une opportunité pour créer une entreprise. Dans ce cas il convient de dire que c'est un choix basé sur l'attractivité de l'affaire au détriment des autres possibilités d'emploi. (HAMOUDI.S, ABEDOU.A, 2018, P101).

Les créations par attraction « pull » regroupent plutôt des besoins d'indépendance et d'autonomie, d'accomplissement personnel, et la satisfaction au travail...poussent les individus vers l'entrepreneuriat. (HAMOUDI.S, ABEDOU.A, 2018, P101).

Cela s'explique qu'une opportunité est une idée qui évaluée, est considérée par l'entrepreneur comme étant capable de mener à la création de quelque chose de nouveau pour répondre à un besoin du marché existant ou potentiel.

Les motivations « PUSH » : entrepreneuriat de nécessité :

Les motivations du types « PUSH » représentent les situations négatives des individus. Il peut s'agir des situations liées à l'emploi comme par exemple : le chômage, l'insatisfaction et mauvaise condition de travail, mauvaises relations avec l'entourage du travail, et licenciement....

Sokol parle aussi de discontinuités diverses : la fin du service militaire, voire même la sortie de la prison. (HAMOUDI. S, ABEDOU. A, 2018, P101).

5. Défis et obstacle des femmes entrepreneures :

Les femmes entrepreneures font face à différents obstacles tout au long de leur parcours. Différentes recherches se sont intéressées aux obstacles que les femmes rencontrent et doivent dépasser pour mener à bien leurs entreprises, on cite particulièrement les travaux de Thompson LIGHSTONE (1997), Benjamin. B, Florance et Pauline. K, 2013, p 7-57) parmi ces obstacles, nous pouvons citer la discrimination systémique inhérente à leur condition de femme, un difficile accès au financement et des conditions de crédits très peu avantageuses, la crédibilité de ces femmes et souvent mise à l'épreuve à l'extérieur de leur entreprise lors des relations avec les institutions ou certains partenaires parmi ces obstacles nous pouvons citer :

5.1 Le problème de financement :

Le problème de financement reste sans doute le plus grand obstacle qui traverse les femmes entrepreneures. Cet obstacle est récurrent à cause de leur manque d'expérience (Hisrich et Brush 1986) ce qui les obligent à emprunter des sommes moindres que leurs confrères masculins (Richer, 2007) (Forget, 1997) elle devrait donc être considérée comme un « très bon risque » par les organisations prêteuses. Selon des études (Aldrich, 1989 ; Hurley, 1991 ; Scott 1986 ; Forget, 1997). (BOUZEKRAOUI. H, 2015, P06).

Certains auteurs ont tenté de découvrir les différences entre les relations respectives des entrepreneurs hommes et femmes et leurs institutions bancaires en termes de discrimination en termes d'octrois de crédits. Selon certaines études (Reding et Swift, 1990 ; Coleman, 2000), les institutions financières offriraient des conditions des prêts défavorables aux femmes entrepreneures par rapports aux hommes. Par contre, d'autres études infirment la discrimination comme cause principale des conditions de prêt désavantageuses. (POWERS. T, 2009, P11)

5.2 Le problème de la formation

Le besoin de formation est ressenti comme très utile, notamment quand elle porte sur des concepts techniques précis et immédiatement opérationnels. L'identification préalable des besoins en formation en fonction des groupes de femmes et leurs projets, paraît comme un passage incontournable pour la réussite. Toutefois des formations à la conduite de l'entreprise et au rôle du dirigeant, utilisant les échanges d'expériences, semblent être jugées importantes par certains groupements de femmes, ceci dans la perspective de renforcer les capacités à entreprendre (THOMPSON. L, 1997, p151). Pour réussir une formation qui conduise au renforcement des capacités entrepreneuriales des femmes, autrement dit au renforcement des capacités de création et de gestion d'entreprises par les femmes, il convient d'utiliser les méthodes adaptées. Il est indispensable de concevoir des programmes de formation participative qui fassent ressortir l'objectif général et les objectifs spécifiques par thème ainsi que l'intérêt de la formation pour les apprenantes.

5.3 Une conciliation entre vie familiale et vie entrepreneuriale :

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

Conclusion du chapitre

Dans ce chapitre, on constate que le rôle de la femme entrepreneure est important pour contribuer à la création de son entreprise, et ce malgré les contraintes les défis qui entravent ces femmes restent toujours porteuses de projets.

CHAPITRE IV

Le secteur de l'artisanat et ses caractéristiques

Préambule

Ce chapitre a pour objectif principal de présenter le secteur de l'artisanat en général. Nous mettrons en avant les approches de l'entrepreneuriat artisanal et les respectives formes d'exercice artisanal. Ensuite nous allons parler des caractéristiques de l'artisan et de l'activité artisanale et nous présenterons le savoir-faire et l'entreprise artisanale. Enfin nous terminons par le rôle de la culture dans l'entrepreneuriat artisanal.

1. Présentation générale du secteur de l'artisanat :

1.1 Évolution de secteur de l'artisanat :

Dans l'histoire moderne, la question du secteur de l'artisanat renvoie au contexte économique, puisque c'est en période de crise. Le concept de « l'artisanat » dans son sens large remonte à la période de 1920 « gazette des métiers », Octobre 1920 ; c'est à partir de 1945 qu'un service est créé auprès de secrétariat d'État à la production industrielle (BOUTILIE. F, 2014, P07).

Le premier texte juridique visant les artisans comme catégorie socioprofessionnelle particulière est un décret de 1921 permettant aux « petits artisans ruraux » de bénéficier des prêts du Crédit agricole. À cette époque, le terme d'artisanat est un néologisme : ce mot fut employé pour la première fois dans la « Gazette des métiers » en octobre 1920. Auparavant, le terme d'artisan ou du travail artisanal est le seul employé et désigne un ouvrier qualifié ou une activité manuelle non agricole (Jaeger. 1982, P99-100).

L'artisan est un homme du métier, quel que soit le cadre juridique dans lequel il exerce sa profession. L'artisanat comme ensemble de petites entreprises indépendantes dirigées par des professionnels compétents n'est pas encore désigné. Le mot ne sera employé qu'à partir des années 1920-1925, pour qualifier l'ensemble des gens du métier exerçant une activité manuelle à leur compte, c'est-à-dire d'une façon indépendante. En revanche, après la Seconde Guerre mondiale un ensemble de textes instituaient un « code de l'artisanat » débutant par la loi du 3/04/1956 « l'artisan est celui qui exerce pour son propre

compte un métier manuel pour lequel il justifie d'une qualification professionnelle, assure la direction de son entreprise et prend personnellement et habituellement part à l'exécution du travail. (BOUTILIE. S, 2014, P08).

Au milieu du XXe siècle, l'intérêt des chercheurs pour les artisans et l'artisanat a grandement varié. En 1975, la commission internationale d'histoire des mouvements sociaux et des structures sociales choisit la petite entreprise comme thème d'étude (COLLOQUE. 1981). Outre son actualité, le sujet profite alors de l'ouverture de l'histoire à de nouveaux champs. Jusque-là, l'analyse de la société s'en était tenue à l'histoire du prolétariat, de la bourgeoisie et de la paysannerie. Dans cette approche, les classes moyennes trouvaient difficilement leur place. Le renouvellement des problématiques permet de les intégrer.

La crise économique des années 1970 a renversé les données, le recours à la petite bourgeoisie comme le qualifiée, est une solution urgente après avoir condamné à disparaître au cours du processus d'industrialisation (BOURDIEU.P, 1979) la remise en cause de, l'efficacité des grandes entreprises concentrées et reconsidère la place des petites.

PIORE.M et SABEL. C'envisagent ainsi la production artisanale (définie comme une production souple en petite série par opposition aux grandes séries industrielles) comme une solution à la crise du système fordiste. Dans les pays européens et aux États-Unis, les créations d'entreprises se multiplient grâce en particulier aux mesures visant à réduire le nombre des barrières administratives (PIORE.M et SABEL. C, 1989).

1.2 Définition de l'artisanat :

L'artisanat concerne la production des objets manufacturés (meubles et immeubles) à partir des matières premières, dans le cadre d'une activité spécialisée où l'individu concerné (l'artisan) vit de son travail » (KIZABA. G, 2006, P73).

L'artisanat est un terme qui renvoie à l'idée, au souci de qualité lors de la fabrication, la plupart du temps par une main-d'œuvre manuelle, d'objets tels qu'un vêtement, une table, un bijou (Sennett. 2012. P 111).

Cette activité consiste essentiellement à un travail manuel qui implique une technique et un savoir-faire. La technique, c'est l'ensemble des outils, et des moyens qu'il faut maîtriser pour travailler un matériau. Le savoir-faire, c'est tout ce qui s'apprend au fur et à mesure de longues heures de pratique et de réflexions sur son propre travail (AGOSTINI.M, 2012, P07).

2.Les approches de l'entrepreneuriat artisanal :

On trouve deux approches théoriques pour comprendre l'entrepreneuriat artisanal : l'engagement entrepreneurial et l'engagement partenarial :

2.1 L'engagement entrepreneurial : cette approche vise à comprendre la posture particulière des artisans en tant qu'entrepreneurs. L'étude de l'artisanat à travers le prisme de l'entrepreneuriat conduit à réconcilier deux pôles à priori antinomiques: l'artisanat traditionnel, perçu parfois comme passéiste, et l'entrepreneuriat innovant dynamique. Quelques auteurs qui s'intéressent à la relation entre l'entrepreneuriat et l'artisanat tels que Florence Cognie et François Aballea, s'appuient sur la notion de proximité définie selon différentes dimensions, ils inscrivent l'artisan dans un « nouvel esprit du capitalisme ». (Boltanski et Chiapellot, 1999), cité par (POLGE. M, 2010, P75)

La personnalisation des relations ainsi que l'utilisation limitée d'outils participent à l'émergence d'un système de relationnel que l'artisan soutient intuitivement. (POLGE.M, 2010, P75)

On comprend que l'engagement et l'entrepreneuriat sont des valeurs fondamentales depuis la création du projet, un état d'esprit et la volonté de dépasser les peurs, les risques afin de mettre en place un projet de vie.

2.2 Engagement partenarial : cette approche s'intéresse à l'environnement et ses relations, comme influence directe au système entrepreneurial artisanal, les

relations avec l'environnement peuvent être considérées par la compréhension et l'assimilation des événements externes.

La construction de relations en vue de réaliser des projets partagés autrement dit, elle consiste à l'exploration des relations avec l'environnement, approchée par Jean-Charles Rico dans son analyse des réseaux d'affaires dans le domaine du marketing, les résultats de son travail montrent que les apports des réseaux pour les artisans observés, résident bien davantage dans l'accès à un positionnement marketing que dans l'apport d'affaires. En analysant plus particulièrement les artisans impliqués dans l'éco-construction, il identifie plusieurs éléments essentiels à la constitution de réseaux d'affaires : l'existence de valeurs et de cultures convergentes, l'aide au changement, l'ouverture d'esprit, ou encore l'accès aux ressources. L'auteur relève des différences notables selon l'âge de l'entreprise, mais ses résultats confirment une approche globale et élargie des réseaux, comme moyen de consolidation d'une identité commune. (POLGE. M, 2010, P77)

3. Les formes d'exercice l'activité artisanale :

Il existe trois modalités de notre pays pour exercer l'activité artisanale, mentionnés dans le guide fiscal établi par le ministre des Finances à travers la direction Générale des impôts.

3.1. Artisan dans un cadre individuel : L'artisan algérien, défini comme étant une personne physique immatriculée au registre de l'artisanat et des métiers exerçant une activité artisanale, qui justifie d'une qualification professionnelle prend part directement et personnellement à l'exécution du travail, à la direction et la gestion de son activité. Dans cette modalité on comprend que l'artisan peut recourir à une aide familiale ou 1 à 3 apprentis. (MINISTERE DES FINANCES DIRECTION GENERALE DES IMPOTS. 2015, PP06-07)

3.2. Entreprise de l'artisanat : une entreprise d'artisanat est considérée comme toute entreprise constituée sous l'une des formes prévues par le code de commerce et présentant comme caractéristiques : L'exercice d'une activité

d'artisanat ; L'emploi d'un nombre indéterminé de salariés ; une direction assurée par un artisan ou un maître artisan, ou par l'association ou l'emploi d'un artisan au moins, qui assure la conduite technique de l'entreprise lorsqu'il s'agit d'entreprise dont le chef n'a pas la qualité d'artisan. (MINISTERE DES FINANCES DIRECTION GENERALE DES IMPOTS. 2015, PP06-07)

3.3 Coopérative d'artisanat : la coopérative d'artisanat et des métiers, est une société civile de personnes fondée sur la libre adhésion de ses membres ayant la qualité d'artisan à but non lucratif. On comprend que cette modalité a pour objectif la réalisation de toutes opérations et la prestation de tous services susceptibles de contribuer directement ou indirectement au développement des activités artisanales et des métiers de ses membres ainsi que l'exercice en commun de ces activités. (MINISTERE DES FINANCES DIRECTION GENERALE DES IMPOTS. 2015, PP06-07)

4. Caractéristiques de l'artisan et de l'activité artisanale :

Les artisans sont des personnes qui font des produits à la main. Ils travaillent généralement individuellement, mais peuvent souvent être aidés par des membres de leur famille, des amis, des apprentis, voire un nombre limité d'ouvriers, avec lesquels ils entretiennent des contacts personnels étroits et constants, ces contacts créent un sentiment d'appartenance à une communauté et un attachement au métier (World Intellectual Property Organization, 2003, P07)

À propos l'ensemble des activités qui contribuent au développement du secteur, l'emploi du terme « artisan » couvrira également toutes les entreprises artisanales qui :

- Ne participent pas activement à la production, se spécialisent dans la recherche, les négociations commerciales ou la conception de produits.
- Utilisation des machines-outils voire même des machines, sans que cela ait une incidence sur la nature essentiellement manuelle de leur activité et du processus de production.

- La cellule familiale ou artisanale habituelle, s'est associée dans le cadre de coopération ou d'autres types d'organisations, formels ou informels.
- Dirigent ou appartiennent à des micros, petites ou moyennes entreprises produisant de l'artisanat.

Les artisans et les entreprises artisanales sont caractérisés :

- les artisans réussissent principalement sur le plan économique, bien que rares soient ceux qui atteignent la célébrité. Ils assimilent leur métier au sein de leur famille ou dans la communauté dans laquelle ils vivent, ou reçoivent une spécialisation professionnelle au titre d'initiative de développement de l'artisanat prise par les pouvoirs publics. Dans les communautés développées, les artisans font des choix de carrière, étudiant à l'université ou au lycée dans les domaines de l'artisanat et des arts visuels. (World IntellectualPropertyOrganization, 2003, P08)

Les produits artisanaux sont normalement des objets commerciaux et utilitaires utilisés de différentes façons ainsi les produits artisanaux sont vendus dans des salons ou expositions, dans des points de vente au détail, sur des marchés, dans des foires, dans les lieux touristiques et sur les marchés d'exportation. Ils sont fréquemment vendus par le biais de chefs d'entreprise et d'intermédiaires, d'ONG (organisation non gouvernementale), et d'association de producteurs et d'exportateurs. Internet et les sites web sont aussi de plus en plus utilisés pour commercialiser ces produits. (World Intellectual Property Organization, 2003, P08)

- Le plus important de la production artisanale est d'orienter vers le marché ; en d'autres termes, la production répond aux besoins constatés sur le marché et les créneaux de marché ainsi la relation avec les intermédiaires et les clients peut être source d'encouragements ou synonyme d'exploitation. (World Intellectual Property Organization, 2003, P08)

5. Le savoir-faire artisanal :

D'après Ballay (1997) : "le savoir-faire est l'art de bien faire ce que l'on a à faire- c'est, non pas seulement l'habileté à fabriquer ou à réparer, mais aussi l'art de mobiliser les savoirs appropriés dans toute activité. (Siméoni. M, 1999, p 07).

La qualité de la production artisanale et son développement s'appuient essentiellement sur l'existence d'un savoir-faire qui les conditionne. Le caractère primordial de cet élément dans le secteur des métiers qui introduit la notion de qualification artisanale, n'ayant plus vocation à calibrer les produits mais à privilégier les compétences individuelles (Auvolat, Lavigne et Mayere, 1985) : le secteur des métiers met en avant le savoir-faire, la maîtrise des processus de production qui permettent aux artisans de s'adapter à toutes les situations et à toutes les formes de la demande. (SIMEONI. M, 1999, P07)

5.1 Le rôle de savoir-faire dans l'activité artisanale :

L'entreprise artisanale se dessine dans la littérature en artisanat (Siméoni, 1999 ; Richomme, 2000 ; Fourcade et Polge, 2006 ; Picard, 2006 ; Marchesnay, 2007 ; Polge et Fourcade, 2007 ; Thévenard-Puthod et Picard, 2008 ; Bravo, Loup et Rakotovahiny, 2011), avant tout comme une entreprise du métier, au sein de laquelle la dimension savoir-faire joue un rôle-clé. Cette conception est partagée par les artisans, lesquels ont tendance à appréhender le couple savoir-faire qualité plutôt en termes du savoir-faire et du processus.

Le savoir-faire est un élément qui constitue l'un des axes les plus essentiels dans l'activité artisanale en particulier, ce dernier permet de maîtriser un métier et de travailler avec, les savoir-faire, le métier, sont d'autant plus mis en avant par les artisans que le processus de transformation (Ouchi, 1977, 1979). De cette définition, on constate l'importance accordée aux savoirs faire dans le domaine de l'artisanat, de plus les savoirs faire apparaissent bien comme correspondant à une production à échelle réduite, à orientation qualitative, voire personnalisée (SIMEONI. M, 1999, P07).

6. L'entreprise artisanale :

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

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

6.1 Les caractéristiques de l'entreprise artisanale :

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

La principale raison est qu'avant d'être une organisation ou une personne morale, l'entreprise artisanale est une personne physique et de ce fait dans les conditions précisées ci-dessus les caractéristiques de l'entreprise artisanale sont celles des entreprises mais aussi celles d'un homme ou d'une femme avec toute l'irrationalité et l'affectivité qui y sont attachés. La prise en considération de cette donnée permet de mieux comprendre ce secteur de l'économie et sa prise en compte par les divers politiques, toutes sensibilités confondues, qui se sont succédé au pouvoir. En effet l'entreprise artisanale est plus proche des caractéristiques liées à l'humain que de celles liées à l'objet économique avec ses composantes ; fiscale juridique et sociale. Vouloir développer une politique économique en faveur de l'artisanat c'est donc vouloir développer une politique économique en faveur de l'amélioration de la qualité de vie de ses concitoyens. Ne pas comprendre cette réalité sociale a pu conduire à des débordements regrettables par le passé qui se reproduiront inéluctablement sous une forme ou sous une autre. (FOURNIER. C, 2006, p104)

7. Le rôle de la culture dans l'entrepreneuriat artisanal :

Pour une meilleure compréhension sur l'implication de la culture et sa valeur dans le processus entrepreneurial artisanal, c'est indispensable de définir la culture, cette dernière est tout un « ensemble de caractéristiques composées par des connaissances, arts, coutumes, habitus, croyances et idéologies, que représentent avec particularités les identités d'un peuple, et à travers Delle, on peut différencier une société d'une à une autre » (GODOY.E.2014.P02)

Chaque pays se distingue par des différents issus de la production locale artisanale, et cette production devient l'image de marque du pays où elle reflète l'identité d'un peuple ou d'une nation, et la culture est considérée comme un ensemble des créations matérielles et non matérielles d'un groupe humain dans ces relations avec la nature et avec d'autres groupes, la question de l'artisanat ne peut être évoquée indissociablement de la culture et des relations réciproques qui coexistent entre les deux concepts, la culture dans sa richesse une source

d'inspiration et une ressource pour le développement de plusieurs pays, (GODOY.E.2014.P05)

Les artisans, présentent dans son profil une caractéristique essentielle pour sa réussite dans l'entrepreneuriat, la culture entrepreneuriale, on comprend que cette dernière est un processus de reproduction de savoir, valeurs, idées, et actions entrepreneuriales, tant dans les réseaux établis dans les organisations productives qui ont en commun la production et la valorisation de l'art. (GODOY.E.2014.P07)

7.1. L'artisanat et la sauvegarde du patrimoine :

Le patrimoine est considéré comme un élément qui participe à la production et à la légitimation des identités nationales, au sens culturel du terme, est l'ensemble des sites, quartiers, collections, qu'une société hérite de son passé, il est donc lié à un héritage à transmettre aux générations futures, il constitue aussi dans sa majorité une ressource importante pour promouvoir le tourisme interne et externe comme il pourrait constituer une ressource non négligeable pour créer une dynamique territoriale de développement des revenus, et de l'emploi.(OUABRI.D.2017.P147)

7.2. L'artisanat et le tourisme :

Le tourisme une activité importante par les migrations de populations son développement dépend de la promotion et de développement de l'artisanat dans plusieurs cas les activités créées à partir le tourisme sont souvent liées à l'artisanat les deux concepts sont étroitement liées, il suffit de voir la corrélation entre les sites patrimoniaux et variations des activités artisanales avec la fréquentation touristique des régions en question

L'artisanat est tout d'abord un métier d'art, un métier est un métier situé au croisement de l'économie et de la culture, cet ensemble de métiers, sont détenteurs de savoir-faire le plus souvent séculaires et assimilables à un patrimoine vivant ou immatériel. (OUABRI.D.2017.P147).

Conclusion du chapitre

On conclut que l'artisan constitue un élément indispensable dans la décision de création d'une entreprise du type artisanal. Aussi, la maîtrise en matière de processus de production constitue un levier essentiel dans la décision de créer une entreprise artisanale, c'est à travers une bonne maîtrise des connaissances et des pratiques, à partir des qualifications obtenues dans le métier que les artisans pensent à créer des entreprises.

CHAPITRE V

Les PME et l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Préambule:

Dans ce chapitre nous allons aborder et faire un point sur l'entrepreneuriat féminin et la création des entreprises en Algérie. Nous mettrons en avant le secteur de PME en Algérie. Ensuite nous allons parler de l'entrepreneuriat féminin en Algérie puis en va mettre l'accent sur les femmes entrepreneures en Algérie en quelques chiffres, et nous présenterons les motivations des femmes entrepreneures algériennes, les caractéristiques des entreprises gérées par les femmes algériennes avec les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures en Algérie. Enfin nous terminons par la situation et la place de l'artisanat en Algérie.

1. Présentation du secteur de PME en Algérie:

La majorité des PME Algérienne sont nées à partir à des années 1980. La PME avant cette date n'a joué aucun rôle secondaire. Majoritairement on peut distinguer trois périodes de l'évolution des PME depuis l'indépendance.

La période 1962-1982:

À la veille de l'indépendance, la plupart des PME qui existaient étaient aux mains des colonais. Juste après l'indépendance, ces entreprises ont été confiées à des Comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers; elles furent intégrées à partir de 1967 dans des sociétés nationales. (MERZOUK.F, 2009, P02)

Le premier Code des investissements qui a été promulgué en 1963 n'a pas eu d'effets notables sur le développement du secteur des PME, et ce, malgré les garanties et les avantages qui comptait accorder aux investisseurs nationaux et étrangers. (MERZOUK.F, 2009, P02).

Cette période est caractérisée également par l'adoption d'une économie planifiée après dominance publique et d'une industrialisation basée sur des industries de bien d'équipements et des produits intermédiaires.

Le nouveau Code des investissements N° 66/284 qui a été promulgué le 15/09/1966 a essayé de faire jouer au secteur privé son rôle dans le développement économique tout en prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie. Ce code a obligé les entrepreneurs privés d'obtenir l'agrément de leurs projets auprès de la Commission Nationale des Investissements (CNI). La complexité des procédures d'obtention d'agrément ont fait dissoudre la CNI en 1981. (MERZOUK.F, 2009, P02).

A vrai dire, la PME a été considérée durant toute cette période comme «appoint » au secteur public, car toutes les politiques sont concentrées sur le développement de ce dernier laissant en marge le secteur privé se débrouiller comme il peut. De ce fait, le promoteur privé a investi des créneaux qui nécessitent peu une maîtrise de la technologie et une présence d'une main-d'œuvre qualifiée ; à savoir le commerce et les services. (MERZOUK.F, 2009, P02)

Une fiscalité lourde, une législation du travail rude et la fermeture du commerce extérieure, telles étaient les principaux blocages de cette période pour l'émancipation de la PME privée (MERZOUK.F, 2009, P02).

La période 1982-1988:

Après 20 ans de prédominance du secteur publique, l'État accorde au secteur privé un rôle complémentaire en 1982, dans certaines activités, avec un niveau d'investissement très limité. La PME donc, a été utilisée comme un moyen pour faire face à la crise d'endettement. Cette période a été marquée par les grandes réformes, mais toujours avec le système de l'économie administrée. Cette seconde période a connu une évolution marquée par beaucoup de réticences, malgré qu'elle a donné naissance aux deux plans quinquennaux en faveur du secteur privé (1980-1984 et 1985-1989). (GHARBI. S, 2011, P06)

Ces deux plans ont dicté un ensemble de mesures telles que:

- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements, et dans certains cas des matières premières.
- L'accès aux autorisations globales d'importations (AGI).
- Un système d'importation sans paiement.
- Ces mesures d'aide ont abouti à la relation de plus de 7751 projets de PME. (GHARBI.S, 2011, P06)

La période 1988 à nos jours:

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, c'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales telles que le FMI et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de sa dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale d'une autre part qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises dans certaines activités de l'économie. Ces activités concernent la transformation des métaux ainsi que les petites industries mécaniques et électroniques. (MERZOUK.F, 2009, p03)

Les changements d'orientation de la politique économique et l'adoption des plans d'ajustement structurel avaient définitivement scellé le passage de l'économie vers l'organisation marchande. (MERZOUK.F, 2009, P03)

L'État a mis en place un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, au système juridique pour le développement de l'investissement et la promotion des petites et moyennes entreprises telles que le nouveau code d'investissement qui a été promulgué les 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce code a eu pour objectifs, la promotion de l'investissement, l'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers, remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir auprès des institutions administratives concernées, réduction des délais d'études de dossiers, le renforcement des

garanties... (MERZOUK. F, 2009, p03).

Dans les faits, le bilan de la mise en œuvre du code de 1993 a été mitigé ce qui a porté les autorités à promulguer en 2001 l'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (Loi N°01/18 du 12/12/2001).

L'ordonnance mise en place en même temps que la loi d'orientation de la PME définit et fixe, entre autres, les mesures de facilitation administratives dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mises en œuvre. Elles prévoient également la création d'un Fonds de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME, la création du Conseil National de l'investissement (CNI) et la suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés. (CNES, 2002, P71).

1.1 Place et apport des PME dans l'activité économique:

Il est incontestable que la bonne santé d'une économie dépend non seulement des performances des grandes entreprises mais surtout et de plus en plus de la dynamique des PME qui représentent une part importante des tissus productifs. Les PME constituent une variante de croissance pouvant garantir une meilleure stabilité face aux phénomènes conjoncturels. En effet, les PME ont chaque fois apporté à leur pays les moyens de sortir des crises économiques, et d'assurer le bien-être des populations. En Algérie, la contribution des PME présente une forte participation à la création des richesses et à la création d'emplois (DJEMAOUNI.H, 2017, pp37-38).

La création de la valeur ajoutée:

La valeur ajoutée se mesure par la différence entre la production et la consommation intermédiaire. La production des PME améliore la valeur ajoutée nationale et participe ainsi à l'accroissement du PIB. De même, le paiement des impôts par les PME améliore les recettes fiscales de l'État, et les activités des PME favorisent la création de nombreux emplois. (DJEMAOUNI.H, 2017, pp37-38)

La création de la valeur ajoutée des PME Algériennes est en constant augmentation chaque année. En observant quelques statistiques. Nous avons remarqué qu'en 1994, la valeur ajoutée du secteur public était de 617.4 milliards de dinars représentant 53.5 % du total national, alors que celle dégagée par le secteur privé avec 1178 milliards de dinars soit 46.5% du total national 39. Alors qu'à partir de 1998, les parts respectives se sont inversées faisant passer en tête le secteur privé avec 1 178 milliards de dinars soit 53.6 % et 1 019.8 milliards de dinars soit 46.4% pour le secteur public 40. (DJEMAOUNI.H, 2017, PP37-38).

Par ailleurs, Il est à noter que plus de 65 % de la valeur ajoutée et de l'emploi des pays développés provient des PME/PMI. Une politique économique en vue de la constitution, de la promotion et des redéploiements des PME/PMI est incontournable dès lors que l'on aspire au développement. (DJEMAOUNI. H, 2017, pp37-38).

La création d'emploi

La tendance constatée ces dernières années dans l'évolution du taux de chômage en Algérie continue à s'inscrire globalement à la baisse, en raison de la contribution du secteur PME/PMI à créer de l'emploi, plus particulièrement par le secteur privé et les artisans. Ainsi, les données des taux de chômage en Algérie ont connu un déclin durant les deux années successives 2005/2006 de 15.3% à 12.3%, par contre ce taux a enregistré une légère augmentation de 1.5% en 2007. (DJEMAOUNI.H, 2017, pp37-38).

Enter mes d'effectifs employés, la population active occupée dans les PME est en constant augmentation, avec la création de nouvelles entreprises. En Algérie, les PME occupent une bonne partie de la main-d'œuvre totale dans ce pays et montrent le rôle moteur que joue ce secteur sur la qualité du développement socio-économique (DJEMAOUNI. H, 2017, p37-38).

1.2 Evolution des PME en Algérie:

Evolution de la population globale des PME : l'évolution de la population de la PME entre 2018 et 2019 est de 4,5% tous secteurs juridiques confondus, représentant un accroissement net total de 51 476 PME

Tableau n°2: Evolution de la population globale des PME (2018-2019)

	Année 2018	Année 2019	L'évolution
Population globale de la PME	1141863	1193339	4,5%

Source: Ministère de l'industrie et des Mines, 2020, P13

Dans l'année 2018, la population globale des PME est 1141863, et dans l'année 2019 s'élève à 1193339 on voit qu'il y'a une évolution de 4,5%.

➤ **Evolution des PME par secteur d'activité** : Les secteurs où l'évolution de la création d'entreprise a été la plus forte entre les deux années 2018 et 2019, restent ceux des services avec 51,48%, soit 614 375 PME, en deuxième position il y'a les activités artisanales avec 23,01% et en troisième position il y'a les PME du secteur BTPH qui représentent près 16% du total des PME. (Ministère de l'industrie et des Mines, 2020, P13).

➤ Les PME à caractère industriel sont en quatrième position au nombre de 103 693 la fin de l'année 2019, contre 99 938 entités à la fin de l'année 2018, soit une progression de 8,69%. (Ministère de l'industrie et des Mines, 2020, P13).

Tableau n° 3: Evolution des PME par secteur d'activité (2018-2019)

	Secteur d'activité	2018	Parts(%)	2019	Parts(%)	Evolution (%)
I	Agriculture	7168	0,63	7481	0,63	4,37
II	Hydrocarbures, Energie, Mines et Services liés	2985	0,26	3066	0,26	2,71
III	BTPH	185 137	16,21	190 170	15,94	2,72
IV	Industries manufacturières	99 938	8,75	103 693	8,69	3,76
V	Services	585983	51,32	614 375	51,48	4,85
VI	Activités artisanales	260 652	22,83	274 554	23,01	5,33
	Total Général	1 141 863	100,00	1 193 339	100,00	4,51

Source: Ministère de l'industrie et des Mines, 2020, P13.

Le tableau ci-dessus montre que l'évolution des PME dépend d'un secteur à l'autre, et elle varie d'une période à une autre, en 2018 on trouve que le secteur des « services » représente 585983 PME avec un taux 51,32 % et s'élève en 2019 à 614375 PME avec un taux 51,48% après vient en deuxième lieu. Les activités artisanales qui représentent 274554 PME avec un taux 23,01%. Nous remarquons une importante augmentation dans l'évolution des PME dans l'année 2019. Et on voit une forte évolution des activités artisanale avec un taux de 5,33%.

➤ **Evolution de l'emploi par type de PME :** L'effectif globale des PME, à la fin de l'année 2019, est de 2885 651 agents, dont seulement 21085 relèvent des PME publiques. L'effectif global des PME a progressé de 5,92% entre 2018 et 2019. (Ministère de l'industrie et des Mines, 2020, P13).

Tableau n° 4 : Evolution des emplois déclarés par type de PME.

Types de PME	Année2018		Année2019		Evolution(%)
	Nombre	Parts(%)	Nombre	Parts (%)	
Salariés	1 594 614	58,53	1 671 473	57,92	4,82
Employeurs	1 107 453	40,65	1 193 093	41,35	7,73
S/Total	2 702 067	99,19	2 864 566	99,27	6,01
PME Publique	22 197	0,81	21 085	0,73	-5,01
Total	2 724 264	100,00	2 885 651	100,00	5,92

Source: Ministère de l'industrie et des Mines, 2020, P13

2. Réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie:

L'Algérie demeure très en retard par rapport au reste du monde en matière d'activité entrepreneuriale en général et d'activité d'entrepreneuriat féminin en particulier. (HIMRANE.M, et HASSANI.H, 2017, P17)

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

D'après le projet du global entrepreneurship monitor (GEM) qui est une évaluation annuelle des attitudes, des aspirations et des activités entrepreneuriales (TEA) dans plusieurs pays, le taux d'activité entrepreneuriale moyen en Algérie durant les années 2009/2012 a été de 14,5 % pour les hommes contre seulement 8 % pour les femmes. L'écart séxospécifique relevé indiqué

que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le démarrage d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les études du GEM qui sont menées à l'échelle internationale mais aussi dans les régions spécifiques comme la région MENA. Les données de l'étude GEM Algérie 2012 montrent aussi que le rapport hommes-femmes est plus faible en 2009 et a tendance à augmenter dans les enquêtes GEM2011 et 2012. De même, ces données montrent que la participation des femmes dans l'activité entrepreneuriale est en train de diminuer en faveur des hommes. Les taux de TEA féminins suivent la même tendance générale observée chez les hommes. Elles sont plus concentrées dans les catégories d'âges 24-34 ans et 35-44ans. (HIMRANE. M, HASSANI.H, 2017, p18).

En outre, à la fin de l'année 2014, sur un total de 157 122 inscrites au niveau du CNRC, 8163 entreprises étaient gérées par des femmes, soit 5,2%.

Quant aux personnes physiques, sur 1484 625 activités, 122 253 appartiennent aux femmes, soit 7,6%. De façon globale, 92,4% des opérateurs économiques personnes physiques sont du genre masculin contre seulement 7,6% de femmes. S'agissant des femmes, sur un total de 122 253 personnes physiques. La classe d'âge la plus fréquente est celle située entre 39 et 48 ans (26,85), suivie par la classe 29-38 ans (22,15%). Les femmes sont concentrées essentiellement dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8,2% du nombre global suivi de la wilaya d'Oran avec 6,2%, et Tlemcen avec 4,2%. Toutefois, le nombre de femmes en Algérie a connu une évolution remarquable du fait de l'existence de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Parmi les plus importants sont les suivants : l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM qui sont des structures publiques chargées de l'exécution des politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont censées apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités. (HIMRANE. M, HASSANI.H, 2017, P18).

2.1 Le rôle économique de l'entrepreneuriat féminin:

Au mépris de l'intérêt croissant que suscite l'entrepreneuriat féminin dans le monde et du rôle important que les femmes peuvent jouer pour apporter une valeur ajoutée à l'économie, l'entrepreneuriat féminin n'a pas atteint un taux satisfaisant dans de nombreux pays du monde. L'organisation Internationale du Travail(OIT) estime que : si 22% du potentiel productif des hommes est sous utilisé dans le monde, ce chiffre atteint 50% chez les femmes (OIT, 2016, p, 01).

En termes de stratégies d'amélioration de l'emploi féminin, la plupart des pays de l'OCDE ont mis en place dans les années 80 des programmes qui visaient l'égalité des chances sur le marché du travail. Ceux qui introduisent des mesures de conciliation de la vie professionnelle et familiale ont eu le plus de portée. La revalorisation des professions féminines, l'ouvrir de nouvelles perspectives de carrière, la mise à jour des classifications, la réorganisation du travail ainsi que l'instauration de l'équité salariale ont autant des stratégies qui pourraient améliorer les perspectives d'emploi des femmes et l'égalité professionnelle entre les sexes. (Programme Développement Economique Durable Deved, 2012, p34).

Il est donc reconnu que l'entrepreneuriat féminin joue un rôle économique important par la création de la valeur pour leur société de nombreuses manières; différentes :(Global Entrepreneurship Monitor, 2017, p34).

- Lorsqu'elles travaillent à leur compte, elles créent une source de revenus pour elles-mêmes et leurs familles (BAHRI. B et BERKANE. Y, 2020, p121).
- L'implication souvent d'autres participants du réseau de valeur qui bénéficient de leur travail. Celles qui s'efforcent de grandir et d'employer d'autres, créent des emplois dans leurs communautés (BAHRI. B et BERKANE. Y, 2020, p121).
- Les femmes entrepreneures innovantes apportent de nouvelles solutions au marché, avec de nouvelles sources de valeur qui n'ont pas

été offert par des options concurrentes (BAHRI. B et BERKANE.Y, 2020, p121).

- En s'aventurant au-delà de leurs frontières nationales, les femmes entrepreneures en internationalisation contribuent à la compétitivité mondiale de leur économie (BAHRI. B et BERKANE.Y, 2020, p121).

2.2 Dispositifs d'aide à la création d'entreprises:

Les structures publiques sont des agences chargées de l'exécution des politiques publiques de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont censées apporter

Un appui important en matière d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités. En pratique, il existe de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Parmi les plus importants sont les suivants : l'ANGEM, l'ANDI, l'ANSEJ, et la CNAC.

2.2.1 L'Agence Nationale de Gestion du Micro-Crédit (ANGEM): un dispositif (microcrédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité.

Le microcrédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier. Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services. Il ya deux types de crédits:

- Le crédit « achat de matières premières » prévoit un financement à 100%(aucun apport du postulant au microcrédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global dépassant pas 100000 DA.
- Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements » : le coût

maximal de l'investissement est fixé à 1 million de dinars (HIMRANE.M, 2018, p129).

2.2.2 L'Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes(ANSEJ): Est une institution publique créée en 1996, chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprises. Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprises. Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 millions de dinars (HIMRANE.M, 2018, p 129).

2.2.3 La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) : à partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique, par un appui financier aux chômeurs entre 30 à 50 ans, en offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA, et la possibilité d'extension de la capacité de production des biens et des services pour les entrepreneurs déjà en activité (HIMRANE. M, 2018, P129).

2.2.4 L'Agence Nationale de Développement de l'Investissements(ANDI): est créée en 2001.Elle est chargée de promotion et de développement des investissements en Algérie ; accueillir, conseiller et accompagner les investisseurs nationaux et étrangers. À travers ses guichets uniques décentralisés qui sont des antennes de proximité et des interlocuteurs privilégiés auprès des porteurs de projets, l'ANDI facilite les procédures et simplifie les formalités de création d'entreprises et de développement des investissements (HIMRANE. M, 2018, P130).

3. Femmes entrepreneures en Algérie en quelques chiffres:

L'entrepreneuriat féminin est considéré comme un facteur favorisant la croissance et les diversifications économiques (Verheul et al. 2005). Partant de cette idée, plusieurs gouvernements et organisations sociales travaillent à fin de stimuler son développement en tant que moyen pour renforcer les économies locales dans différentes régions du monde. L'explication évidente de cette nouvelle orientation, d'après Karlsson et Anderson (2009), est que la mondialisation rapide ces dernières années, à fond a mentalement changé les avantages concurrentiels dans les pays et les régions. Cette évolution se traduit par une forte hétérogénéité des dispositifs d'accompagnement existants. (METAICHE.F.T et BENDIABDELLAH.A, 2016, p224).

L'évolution remarquable de l'emploi féminin en Algérie est loin d'être évidente surtout en matière d'entrepreneuriat. Le taux d'entreprises dirigées par des femmes dans la région du Maghreb est parmi les plus bas au monde (12% comparés à 33% au niveau mondial, OIT, 2016). Le contexte algérien présente un taux plus faible que ça, malgré que l'Etat algérien ait affiché des discours d'encouragement à l'entrepreneuriat féminin à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises dès le début des années 2000. Cet acharnement commence timidement à avoir ses fruits, puisqu'on constate une évolution de l'entrepreneuriat des femmes où le taux ne dépassait pas 3% en 2000 ; a connu une hausse à 6% en 2005 (OCDE, 2005) puis à 8 % de nos jours du nombre global des opérateurs économiques inscrits au CNRC. (ATTAR. A, 2017, P54).

On a toujours recours aux statistiques du centre national du registre du commerce, l'Algérie comptait 136.204 femmes d'affaires jusqu'à fin 2015 contre 130.416 en 2014, 116.474 en 2012 et 115.241 en 2010 et qu'au cours des neuf dernières années se chiffre a progressé de 33%. Ces chiffres sont loin de représenter la réalité, sachant qu'ils recensent uniquement les femmes chefs d'entreprises inscrites au CNRC, sans inclure le nombre considérable de femmes

entrepreneures associées dans des entreprises et qui exercent dans l'informel et par contre, on relève du côté de l'ONS une progression en volume de l'auto-emploi, avec une hausse de 636195 employeurs et indépendants depuis 2004 à avril 2016. Mais, la répartition selon le sexe fait savoir que cette évolution a affecté principalement les hommes, alors que la part féminine a connu une quasi-stagnation au cours de cette même période. Même si certaines enquêtes Mebtoul, 2010 révèlent une baisse du nombre des salariées et une augmentation de la catégorie employeuses et indépendantes. (ATTAR.A, 2017, P53).

Ces données restent toujours en manque de précision et en besoin de plus d'études approfondies pour qu'elles puissent refléter la situation réelle de l'entrepreneuriat féminin. (ATTAR. A, 2017, P54).

3.1 Situation de l'entrepreneuriat féminin en Algérie:

En ce qui concerne les statistiques relatives à l'entrepreneuriat féminin en Algérie, en particulier parmi les diplômés universitaires sont assez rares, alors que l'ONS se limite à donner des données correspondant aux « employeurs et indépendants » sans plus de détail.

En examinant les données des trente dernières années, on constate un certain progrès dans l'emploi féminin en Algérie. Ainsi à la fin des années soixante-dix, la population active féminine ne représente que 5,2% de la population active totale. En quarante ans, l'emploi féminin a été multiplié par quatre pour arriver à 20,40% en 2016. Bien que cette tendance a été positive, le taux de chômage féminin quant à lui stagner, depuis presque dix ans, autour de 16,5-17,5% et arrive aujourd'hui à 20%. (OIT, 2017, P10) par contre, le taux de chômage masculin a subi depuis les mêmes dix années une décroissance passant de 15% en 2005 à 8,2% en 2016 (OIT, 2017, P10).

D'après une étude de l'Organisation International du Travail sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie réalisé en 2017, 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%). Dans la plupart

des cas il s'agit d'un chômage de longue durée (une durée supérieure à 24 mois dans 37,9% des cas). (OIT, 2017, P10).

Malgré l'augmentation du nombre d'entrepreneurs depuis dix ans, les statistiques montrent une chute importante du taux d'entrepreneuriat féminin durant la période (2010-2016). Ainsi, le taux d'entrepreneuriat masculin a plus ou moins progressé tandis que celui des femmes, après avoir subi une légère progression, se trouve sur une tendance décroissante passant de 13% en 2000 pour se situer à 10,1% en 2016. En d'autres termes, si en 2006 un entrepreneur sur cinq était une femme aujourd'hui, elle n'est qu'une parmi huit. Il semblait donc que les femmes aient des contraintes supplémentaires dans l'entrepreneuriat qui les pousseraient vers l'emploi salarié (OIT, 2017, P10).

4. Les motivations des femmes entrepreneures algériennes:

Les femmes Algériennes d'après leurs situations économiques et sociales optent pour l'entrepreneuriat pour plusieurs raisons. Elles peuvent être poussées par la nécessité économique comme moyen de combattre le chômage, ainsi que de gagner le pouvoir et le respect et de s'affirmer dans la société. C'est un moyen aussi pour satisfaire le besoin d'émancipation pour avoir plus d'indépendances et combattre l'injustice et l'hégémonie masculine, dans une culture traditionnelle (BOUFELDJA.G, 2018, P04).

4.1 Nécessité économique :

L'un des premiers objectifs des femmes c'est de trouver un emploi pour satisfaire leurs besoins économiques, dans une société sous-développée, où les emplois se font rares dans une économie souvent en crise. Les petites entreprises représentent un moyen de revenu important pour les femmes dans les pays en développement. Ils fournissent des emplois et des revenus pour atténuer la pauvreté (HANI. F, 2015, p113).

4.2 Désir d'auto-accomplissement:

Les femmes entrepreneures en Algérie expriment souvent leur désir d'auto-accomplissement. Selon Stephan, Hart et Drew, les femmes

entrepreneures sont motivées par l'indépendance et motivés par la croissance s'épanouissent dans les cultures où les relations sociales sont importantes, ce qui indique que la culture peut être importante (Stephan, Hart et Drew,2015).Cela a été confirmé par Naser et autres.(2009) qui ont signalé que «les femmes dans les pays du Golf choisissent l'entrepreneuriat pour l'auto-accomplissement car telle démarche améliore leur statut socio-économique au sein de la société. La reconnaissance et l'estime sont considérées par Gheddache (2016) comme mobiles importants pour femmes entrepreneures en Algérie.

4.3 Désir d'autonomie et d'émancipation:

Selon GHEDDACHE : « Globalement, les sources de motivation définies sont le besoin d'autonomie, d'indépendance et d'ascension, qui caractérisent les femmes ayant des expériences professionnelles antérieures » (GHEDDACHE .G,2016, P 168). Tandis que Charantimath (2012) fait valoir qu'il n'est pas toujours facile pour les femmes de trouver des emplois qui seront compatibles avec leurs responsabilités familiales et les tâches ménagères. Ainsi, de nombreuses femmes sont attirées par l'idée de travail indépendant dans les entreprises attenantes à leur maison, avec des heures flexibles, ce qui leur permet de prendre soin de la maison et des affaires. (BOUFELDJA, G. 2018.P05).

4.4 Désir du pouvoir et de la reconnaissance sociale:

La position d'une femme au sein de sa société se traduit par ses recettes et son autosuffisance économique. L'entrepreneuriat féminin apporte donc un statut aux femmes. C'est pour cela que l'entrepreneuriat est considéré comme un moyen de gagner le pouvoir et le respect dans la société. Cela est confirmé par Collins(2007), qui a conclu, qu'en plus du revenu, le besoin de reconnaissance et l'estime de soi sont parmi les mobiles importants pour les femmes entrepreneures.

4.5 Mécontentement envers les restrictions culturelles:

Pour les femmes ayant des responsabilités familiales, la flexibilité des tâches entrepreneuriales est un motivateur important à les motivant à s'engager dans l'entrepreneuriat. D'après la littérature, les femmes seraient plus motivées par l'entrepreneuriat par nécessité et non par volonté personnelle, bien que certains auteurs distinguent les femmes dans les pays développés de celles dans les pays en voie de développement où ces dernières seront plus à même de créer pour des raisons de survie contrairement à leurs homologues des pays développés qui possèdent les mêmes motivations que les hommes. (BOUFELDJA.G, 2018, P05).

5. Les caractéristiques des entreprises gérées par les femmes entrepreneures algériennes:

Yunus (2007) montre que la contribution des entreprises dirigées par les femmes est un moyen efficace pour la lutte contre le chômage dans son pays. En effet, l'émergence de ce type d'entreprises a considérablement contribué à la diminution de la pauvreté dans les zones rurales du pays (BELAIDI. A, 2016, p38).

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

Tous les créateurs précités sont unanimes, les entreprises détenues par des femmes sont souvent plus récentes (donc plus jeunes) que celles des hommes.

La constitution en société est beaucoup plus rare chez les femmes ; elles préfèrent demeurer propriétaire unique, contrairement aux hommes. Elles optent plus souvent pour le statut d'indépendant (personne physique) que pour la constitution en société (personne morale). Elles travaillent souvent seules (51,2%).⁴², 75% ont de 1 à 10 salariés. On est donc majoritairement dans le monde des TPE (très petite entreprise) et des micro-entreprises (CORNET.A, CONSTANTINIDIS.C, 2004, p 194).

Le centre de recherche sur les PME (Lambrecht et Pinay, 2003) attribue cette caractéristique de taille, non pas au fait que l'entreprise soit gérée par une femme, mais au secteur d'activité et au niveau de formation de l'entrepreneure. Ainsi une entreprise dans le secteur des services engagera moins de personnes qu'une entreprise dans le secteur industriel. Le facteur, le plus fréquemment évoqué par les femmes entrepreneures pour expliquer la petite taille de leurs entreprises, est le coût de la main-d'œuvre. Des traits de caractère peuvent également jouer un rôle : on voit dans plusieurs interviews une volonté de garder son autonomie et son indépendance, des difficultés à déléguer ou encore le désir de continuer à exercer son métier de base et à rester en contact direct avec la clientèle. Elles semblent, par contre, développer des formes d'organisation du Travail basées sur des partenariats d'affaires (CORNET.A, CONSTANTINIDIS. C, 2004, p194).

Les choix en termes de secteur et de taille sont liés à des préférences personnelles, à l'expérience antérieure, à des contraintes financières, mais aussi à une construction de leur projet au tour d'une vision traditionnelle des compétences, connaissances et rôles sociaux féminins (CONSTANTINIDIS. C, ELABBOUBI. M, SALMAN. N et CORNET.A, 2017, p41).

6. Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie:

En dépit des efforts déployés par l'Algérie pour améliorer et soutenir la création d'entreprise par des femmes et l'amélioration relative de certains aspects. L'entrepreneuriat en Algérie se heurte à plusieurs obstacles et

difficultés.

➤ **L'absence de soutien et d'accompagnement au projet :** Les femmes entrepreneures ont relevé l'absence d'un accompagnement et de suivi une fois l'entreprise est née. Il s'agit de services tels que le conseil spécialisé, (marketing, juridique, financier, fiscale, etc.) des actions de formation (de courte durée), de coaching, ou d'appui par des paires. Cet accompagnement est très faible et lorsqu'il est offert, la prestation n'est pas adaptée aux besoins des femmes. Les femmes proposent de renforcer les relations entre les associations d'entrepreneurs et les dispositifs publics et/ou des consultants afin de fournir de services de qualité dans le marché (BAHRI.B, BERKANE.Y.2020, P130).

➤ **Accès aux marchés et à l'information:** Les femmes entrepreneures sont soulevées l'insuffisance de l'accompagnement dans l'accès au marché et les difficultés liées à la recherche d'information. Il est facile de créer son entreprise mais l'analyse et l'accès aux marchés restent très difficiles pour les femmes entrepreneures algériennes. L'absence des données, la méconnaissance du système administratif ou la difficulté d'obtenir des informations fiables supposent des contraintes majeures pour l'accès et le développement des entreprises des femmes. Certaines entrepreneures ont relevé l'existence de pratiques discriminatoires à l'égard des femmes, le sentiment d'être écartées des soumissions de marché par des pratiques déloyales, faites par les entrepreneurs de sexe masculin. (BAHRI.B, BERKANE.Y, 2020, P130).

➤ **L'accès au foncier:** A l'instar de toutes les entrepreneures en Algérie, les femmes entrepreneures ont souligné les difficultés d'accès au foncier dans les zones d'activités. Certaines entrepreneures reprochent à l'administration de ne pas accorder un intérêt particulier à leur projet sous prétexte qu'ils sont de petite taille cette exclusion fragilise leurs activités et réduit les opportunités de croissance (BAHRI. B, BERKANE.Y, 2020, P130).

➤ **L'accès au financement :** Nombreuses sont les entrepreneures ayant déclaré avoir lancé leur entreprise à partir d'un capital initial personnel, souvent très

réduit (économies personnelles). Les dispositifs publics créés pour répondre aux problèmes du chômage (ANSEJ, CNAC) ont que 10% de leurs bénéficiaires, femmes. Certaines femmes participantes déclarent que ces dispositifs ne sont pas adaptés au profil de la femme entrepreneure algérienne, qui souvent se lance dans l'entrepreneuriat après avoir acquis une certaine expérience professionnelle et comme moyen pour mieux concilier leur vie personnelle (naissance et éducation des enfants) avec leurs aspirations professionnelles. La condition d'être au chômage lié aux délais et retards dans le traitement des dossiers semble être une mesure décourageante pour les femmes. Elles estiment aussi que les banques ne sont pas attentives aux contraintes des promotrices et ne les soutiennent pas en développant des outils financiers adaptés à leurs besoins et réalités (BAHRI.B, BERKANE.Y, 2020, P130).

➤ **L'environnement culturel et le rôle de la femme dans la société algérienne** : les contraintes par rapport à la conciliation entre la vie professionnelle et les responsabilités familiales ainsi que la pression de la société traditionnelle freinent le développement de l'activité féminine. Les stéréos types sociétaux et traditionnel s'exercent une pression sur les femmes malgré les progrès enregistrés dans le système juridique et institutionnel algérien. Aujourd'hui, tous les chercheurs qui ont traité de la question du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, sont unanimes pour indiquer que les facteurs de contingence (l'environnement socioculturel) jouent un rôle primordial dans le blocage à l'émergence de la femme dans la sphère publique (BAHRI.B et BERKANE. Y, 2020, P130).

7. Situation et place de l'artisanat en Algérie:

L'Algérie est passée par une crise économique et institutionnelle durant les années quatre-vingts et quatre-vingt - dix (80 et 90) qui a durement impacté le secteur de l'artisanat.

L'Etat Algérien a mis en place dans le cadre de ses réactions en 1996, un certain nombre de mesures destinées à revivifier la production et la création

artisanale. A cet effet, la définition des nouvelles règles juridiques et réglementaires pour garantir et assurer essentiellement la relance du secteur sur des bases meilleures et solides est la plus caractérisante symboliquement voire même politiquement. (Ministre de la PME et l'artisanat. 2009, PP12.13).

Le 10 janvier 1996, l'ordonnance 96-10 est promulguée, précise pour la première fois l'activité en domaines (artisanat traditionnel et d'art, artisanat de production des biens, artisanat de production de services), ainsi que le mode d'exercice. Cette ordonnance a été pendant 10 ans le marqueur des progrès enregistrés par le secteur de l'artisanat. (Ministre de la PME et l'artisanat. 2009, PP12.13).

Le secteur de l'artisanat en Algérie, de façon générale, se caractérise par l'absence d'un programme spécifique visant le développement et la modernisation du secteur. Pourtant, il recèle un énorme potentiel de croissance et de développement, c'est en raison du manque de moyens et les conditions nécessaires aux acteurs (Ministre de la PME et l'artisanat. 2009, P12.13).

En 2003, le Ministère de la PME et de l'artisanat, en se basant sur un diagnostic complet de la situation actuelle (de l'époque) et sur l'évaluation du potentiel de croissance dans ce secteur, a défini la stratégie globale de développement du secteur est mis en place un plan d'action dénommé « Plan d'action pour un développement durable de l'artisanat à l'horizon 2010 », qui garantit les conditions nécessaires au développement de l'artisanat. Ce programme est inscrit dans une logique d'encouragement de nouveaux comportements et l'introduction des nouvelles valeurs comme celles du travail bien accompli. Il vise aussi à fixer plusieurs priorités à savoir: le perfectionnement, la formation des artisans, la favorisation des coopérations entre artisans et enfin, la modernisation des institutions d'appui et leurs outils dont le but final la création de richesses d'emploi. (Ministre de la PME et l'artisanat.2009, PP12.13).

En 2015, l'Algérie conçoit ou autres plan « politique gouvernemental dans le domaine de l'aménagement de territoire, du tourisme et de l'artisanat à l'horizon2020 » qui encourage le développement de l'artisanat par tous ces cotés (création d'emplois, les richesses, des nouvelles informations...) (Ministre de la PME et l'artisanat. 2009, PP12.13).

7.1 La place de l'entrepreneur artisan en Algérie:

L'entrepreneur artisan joue un rôle important avant, pendant et après l'acte d'entreprendre. Car au-delà de simple volonté d'entreprendre et de la capacité à réunir des compétences particulières pour réaliser des projets, cet environnement, s'il est propice, contribue fortement au succès et il peut être à l'origine de l'échec et l'entrave aux initiatives dans les cas inverses .De la préparation pour la réalisation du projet jusqu'à sa consolidation, les jeunes initiateurs de projet en Algérie se heurtent à plusieurs contraintes d'ordre social et économique, bien que son rôle dans l'économie ait connu beaucoup de progrès au cours des dernières années, l'entrepreneur artisan demeure une figure récente dans la société algérienne. (Ministre de la PME et l'artisanat, 2009, PP12, 13).

Conclusion du chapitre

On conclut que les PME jouent un rôle très important dans le développement économique de chaque pays, car elles sont capables de résoudre les problèmes socioéconomiques, accroître la richesse et améliorer le niveau d'emploi. Par conséquent, on peut dire que le recours aux entreprises reste indispensable et incontestable, puisque ces dernières constituent la base du tissu économique d'un pays.

D'après ce chapitre, on se rend compte que l'Algérie a assisté depuis la fin des années 80, à un regain d'intérêt pour les PME. Ce secteur a connu une mutation et une évolution très importante en raison de passage de l'économie administrée à l'économie de marché.

Partie pratique

CHAPITRE VI

*Analyse et interprétation des données de la pré-
enquête*

Préambule

Dans ce chapitre nous allons présenter la pré-enquête que nous avons réalisée en avril 2021 sur des femmes créatrices entrepreneures à la wilaya de Bejaia, dont l'objectif est d'avoir une idée sur notre terrain d'enquête, assurer l'accessibilité de notre thème sur le terrain et d'avoir quelques réponses à nos questions sur l'idée de créations, motivations, difficultés ce qui va nous permettre de préciser notre problématique et formuler nos hypothèses.

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

1. La pré-enquête :

Nous avons réalisé la pré-enquête pendant le mois d'avril 2021, pour atteindre les objectifs suivants :

- Assurer l'accessibilité de notre thème sur le terrain.
- Avoir une idée sur la population d'étude, rassembler le maximum d'information sur notre sujet de recherche.
- Pendant la pré-enquête nous avons réalisés six entretiens exploratoires avec six femmes créatrices entrepreneures à Bejaia et ses entretiens comportent des questions simples et nous avons donné une liberté à ces femmes de s'exprimer et de répondre librement aux questions posées.
- Cela nous a permis de clarifier la problématique, de préciser les hypothèses ainsi que la méthode et la technique utilisée.

2. Présentation des enquêtées :

Première enquêtée :

Il s'agit d'une femme entrepreneure âgée de 28 ans célibataire, ayant un niveau d'instruction moyen étant femme au foyer depuis toute jeune.

Une femme qui a pu créer son propre institut de beauté nommée « **main D'or chez Lynda** » depuis l'année 2016 l'idée de création lui est venue depuis son jeune âge par son amour pour ce métier, elle confirme « *cette entreprise était mon rêve d'ailleurs depuis mon jeune âge j'aime faire des coiffures et du make-up pour les poupées et les petites et même dans les fêtes de la famille c'est moi qui fais ces tâches pour les femmes c'est bien ça qui me motive d'être aussi douée* »

Cette femme a réussi à acquérir des expériences et des formations dans ce domaine dans les centres de formation à Alger, Tunisie, turque et Dubaï ce qui lui permet même de réussir les concours et d'avoir la première place.

Elle a 6 employées et chaque année ou chaque trois mois elle envoie une de ses employées hors wilaya pour faire une formation.

Pour la réalisation de son projet il y'avait l'encouragement de ses parents parce que c'est une famille riche au quelle elle a trouvé l'aide financière nécessaire. Ils se sont occupés de l'achat du matériel nécessaire pour son futur métier avec cette réussite elle a créé une boutique de décoration **maison** elle c'était occupée par son frère.

Notre enquêtée annonce qu'elle a trouvé des difficultés à propos de son lieu de travail « *j'ai eu un problème avec le lieu de travail car il n'était pas situé en centre-ville mais grâce aux réseaux sociaux et l'aide de mes clientes je suis parvenue à être célèbre* » dit-elle

Cette femme entrepreneure se porte volontaire pour aider les gens pauvres par exemple les nouveaux mariés.

Deuxième enquêtée :

Femme entrepreneure de 35 ans mariée avec 3 enfants ayant un niveau d'instruction moyen.

C'est une femme au foyer qui a déjà travaillé toute seule chez elle avec une seule machine de couture étant donné qu'elle n'a pas déjà travaillé dans d'

CHAPITRE VI Analyse et interprétation des données de la pré-enquête

autres services auparavant, donc elle ne possède aucune expérience et aucune connaissance profonde dans ce domaine « *quand j'ai commencé ce métier j'étais dans mes pires moments car j'ai travaillé avec les moyens du bord et c'était compliqué avec l'éducation de mes enfants et l'accident qu'à eu leur père étant handicapé et ne travaillant pas, tant que je maîtrise ce métier je pourrais prendre ma famille en charge et réaliser mon projet pour faire un stage de couture* » dit-elle

Cela veut dire que cette femme au foyer est parvenue à créer sa propre entreprise grâce à l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ), elle a pu satisfaire ses besoins et sa famille.

Ce métier a des avantages et inconvénients tels que les difficultés, la conciliation travail famille et un défi de la femme qui travaillent, ça représente parfois un casse-tête entre l'organisation de ses tâches, les tâches des enfants et celle de mari on s'est toujours submergé.

Troisième enquêtée:

Notre enquête possède l'ingénuité d'un enfant et le regard instauré c'est une femme entrepreneure âgée de 32 ans célibataire ayant un niveau d'instruction primaire et un amour profond voué à la couture, issue d'une famille moyenne avec quatre sœurs.

Elle a créé sa propre entreprise de couture sans perdre le fil en avouant que coudre était toujours constamment sa passion. Dès ses cinq ans commençait déjà à tricoter en mettant main à la tâche avec sa mère, elle a toujours admiré les robes de sa mère et regardait les magazines de mode que sa tante avait conservés.

Après avoir quitté l'école toute jeune en 6^{ème} année primaire. Elle a suivi les cours de couture au sein d'une école privée dont elle sort majeure de promo. En 2014 elle décide de se lancer dans le petit monde fermé de couture en créant sa propre entreprise nommée **Chadia couture** ça n'a pas été facile car il fallait

un tas de gamme de matériel de couture confie elle mais qu'importe la jeune femme se donne corps et âme pour réaliser son rêve en recevant une aide si précieuse de la part de sa grande mère qui réside en France.

Le succès est au rendez-vous toutes ses créations, qu'il s'agisse des robe de soirées ou de cocktail sont des modèles unique et sur mesures.

Quatrième enquêtée :

Il s'agit d'une jeune femme entrepreneure âgée de 30 ans, très tôt elle a découvert sa passion pour la couture c'était à l'âge de 18 ans.

Elle a décidé de réaliser son rêve et faire une petite formation pour avoir un bon bagage et connaitre toutes les stratégies et se formé en commerce pour savoir gérer le métier.

« Créé une entreprise est très difficile » dite-elle. Grace au soutien financier de son père elle a pu enfin ouvrir son atelier mais puisque le local se situe dans un quartier plein de couturière, elle a beaucoup de difficultés et de mal pour avoir ses propres clients parce que le local est situé devant une couturière ancienne et connu c'est tout le monde qui va chez l'autre et non pas elle est ça sa l'aidé pas dans les premiers temps.

Etant jeune femme cultiver et maitrise bien les réseaux sociaux elle s'est engagée à attirer des clients tout en suivant une stratégie de e-commerce connue sous le nom de commerce électronique. Cette dernière lui a permis de présenter ces créations d'une manière différente de toucher une cible plus large qu'elle imaginer.

Grace au travail acharné, courage et à la résilience elle a pu enfin avoir son nom comme couturière qualifiée non seulement dans le quartier mais au niveau national elle a réussi à avoir une petite entreprise.

Notre enquêtée nous a confié qu'elle n'a pas regretté son parcours et surtout la formation qu'elle a fait qui l'a aidé à gagner beaucoup de connaissances dans le domaine de commercialisation pour réussir sa petite

entreprise de couture dont elle a rêvé et qui a pu subvenir aux besoins de plusieurs jeunes femmes couturières et comme on dit on n'a jamais rien sans rien, elle a croisé beaucoup d'obstacles dans la paperasse, la gérance, l'organisation et surtout dans le financement et grâce à son père qui a déjà travaillé dans le domaine de comptabilité qui a réglé et financé son projet elle a enfin réussi.

Cinquième enquêtée :

Femme entrepreneure âgée de 42 ans, mariée avec quatre enfants, son niveau d'instruction 2^{ème} année moyen. Créatrice d'une entreprise de salon de coiffure avec trois ans d'expériences issu d'une famille nombreuse et pauvre, c'est la raison dans laquelle ses parents ne l'ont pas laissé continuer ses études.

Cette femme entrepreneure a ouvert une longue discussion avec nous sur son parcours, son idée de création de cette entreprise lui est venue comme une occupation pour également gagner sa vie depuis, elle a décidé de suivre un stage (cours de coiffures) durée de 6 mois.

Après l'obtention de son diplôme, elle a travaillé chez sa cousine afin qu'elle puisse avoir de l'expérience. Après 2 ans d'expérience chez sa cousine, elle décide enfin de créer son propre salon de coiffure. A l'aide de ses parents et son mari, elle a pu avoir les papiers du salon et les financements. Confie-t-elle : même si j'ai eu beaucoup de difficultés et de problème de financement à ouvrir mon entreprise, vu ma situation et celle de ma famille mais j'ai pu faire dossier ANSEJ, après une longue attente et grâce au coup de chance j'ai enfin un avis favorable et j'ai eu mon agrément.

Sixième enquêtée :

Jeune femme entrepreneure âgée de 39 ans marié avec 2enfants. Ayant un niveau d'étude 3^{ème} année moyenne.

Autrefois auxiliaire de vie elle ne s'était pas consacrée aux études. C'est une femme combative plein d'entrain et d'enthousiasme a donc décidé de créer

sa propre entreprise en 2009, elle tape sur la porte de sa passion et celle de ses parents qui et les bijoux traditionnels a donné le nom : Joaillerie, on comprend vite alors quelle ait une valeur émotionnelle intrinsèque. Les bijoux pour elles étaient également porteurs des expériences et des valeurs de sa création de bijoux traditionnels, ce qui l'a motivé davantage était le fait que son père et sa mère l'imaginaient toujours réussir dans ce domaine et non pas dans d'autres, selon sa mode de création.

« Pour réaliser la création de mon entreprise j'ai fait une formation d'enfilage de perles dispensée par la haute « école de Joaillerie » consiste à acquérir les nombreuses techniques traditionnelles de montages professionnels des bijoux, sur le fil de soies principales ou d'autres fils spécifiques » dit-elle

Cette femme a confié la fabrication de ses créations à son frère et son père qui lui ont porté leurs soutiens de tous les côtés tout au long de son parcours, surtout qu'elle a eu beaucoup d'obstacles par rapport à l'importation des machines, les matériels qu'il faut pour l'entreprise au niveau de la douane, son père a pu régler toutes la paperasse, les papiers administratifs.

Selon cette dernière, la motivation d'un porteur de projet est essentielle, le degré d'investissement du créateur d'entreprises dans son projet est un facteur déterminant pour réussir.

La seconde étape était une prise de connaissance globale sur la création d'une entreprise et de commencer à s'informer sur les grandes étapes à suivre (business plan, les différents statuts juridiques, le financement, trouvé un lieu pour exercer son activité.

Pour réussir à concilier sa vie de famille et de sa carrière elle a trouvé des solutions pour jongler entre son travail et sa vie de couple et ses enfants découpés son temps, c'est la clé pour tout concilier sans se perdre.

« J'ai une durée de travail plutôt extensible mais des plages horaires réservées à mes enfants, d'autres à mon mari, pendant lesquelles je m'interdis

d'allumer mon ordinateur, et même de consulter mes mails le week-end, si j'ai pris de retard je préviens mon employé pour qu'il s'organise » ajoute-t-elle.

3. Analyse des résultats :

Nous pouvons constater que permettre et soutenir des individus à accepter de créer une entreprise se cache derrière une passion ou un amour d'exercer un métier de ces enquêtées.

Nous avons également remarqué que l'âge moyen des femmes créatrices entrepreneures interrogées s'entend comme suit : 28 ans, 30 ans, 32 ans, 35 ans, 39 ans, 45 ans, et leur niveau d'étude va de 6^{ème} année primaire jusqu'aux 9^{ème} année moyen, basé sur le même principe, c'est-à-dire orienter leurs actions vers un avenir idéal, il ne s'agit rien de plus que de créer sa propre entreprise de réexaminer le présent pour développer l'avenir et avec une trace d'entreprise indépendante.

Nous pouvons également consolider que chacune de ces femmes artisanes soit en mesure d'atteindre ses objectifs grâce à l'aide qu'elle a reçue comment elles sont arrivées, et leurs motivations réelles et des idées très avisées pour transférer tous leurs actifs nécessaires par exemple, des moyens économiques, soutenus par les membres de leurs familles, leurs trajectoires et leurs formations et les expériences cumulées et leur niveau social pour orienter toutes leurs actions vers un avenir ardent, nous avons également observé que nos six femmes créatrices dans le secteur d'artisanat étaient confrontées à des complications et des problèmes pendant, avant et même après l'ouverture de leurs entreprises. Cependant elles ont pu prévoir différentes solutions pour des problèmes de degré divers de cette situation. Ainsi, nous pouvons dire que pour ces femmes entrepreneures, l'enthousiasme et l'amour pour leurs activités ont joué un rôle d'incubateur dans la métamorphose de carrière, leur volonté leur permettant de réaliser leurs rêves.

Conclusion du chapitre :

Notre pré-enquête nous a accordé de comprendre les particularités personnelles de nos enquêtées dans différents secteurs : l'âge, le niveau d'études et la situation familiale, les femmes que nous avons interpellés s'intègrent dans l'artisanat, à savoir la couture, la coiffure et les bijoux traditionnelles, leur âge diffère entre 28 et 45 ans avec un niveau intermédiaire, mariées et d'autres célibataires, il nous a également accordé d'avoir un aperçu de la situation des femmes interpellées lors de la création de l'entreprise.

Nous comprenons qu'il n'y a pas de l'âge accompli afin d'entreprendre, et qu'il n'y a pas de niveau d'éducation nécessaire, il suffit juste d'avoir la volonté et détermination de créer sa propre entreprise, tout le monde peut acquérir des connaissances et une expertise professionnelle grâce à la formation afin d'atteindre de plus grands objectifs dans la création et la réalisation de projets et d'assurer le succès.

Conclusion générale

Notre travail de recherche nous a concédé de dégager une somme de caractéristiques liées à l'entrepreneuriat féminin et à ses entreprises. Nous avons observé à travers la prés-enquête que nos enquêtées sont des femmes célibataires et mariées avec enfants ont un niveau d'instruction et elles ont entre 28 et 45 ans et elles bénéficient d'activités antérieures et d'une formation reçue, ce qui leur permet de bien maîtriser leurs activités entrepreneuriales. Leurs fonds initiaux provenaient principalement de l'épargne personnelle, puis des banques et des familles ressources et elles bénéficient de l'aide du dispositif étatique.

Il résulte à l'avenant de notre recherche que les femmes créatrices entrepreneures d'entreprises artisanales sont fortement incitées par les membres de leur famille et que tous ces membres y participent. Ces femmes entrepreneures sont singulièrement motivées par attitude entrepreneuriale, recherchant d'abord l'indépendance économique, puis l'argent. Leur relation avec les employés est caractérisé par la compréhension et le mutuel. Ils peuvent s'imposer grâce à des activités entrepreneuriales et en embauchant des hommes.

Notre pré-enquête montre que les principaux obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures sont : la coordination des activités entrepreneuriales et des tâches ménagères, une administration lente, des performances commerciales instables et autres obstacles professionnels.

Concernant l'évaluation du processus entrepreneurial, la plupart des femmes entrepreneures sont assez confiantes elles se disent très satisfaites du niveau actuel de leur entreprise. La valeur clé de ces entrepreneures est la satisfaction du client ensuite la reconnaissance de l'environnement et de la rentabilité de l'entreprise est très importante pour eux, pour de futurs projets, ils espèrent se développer au niveau national ou international.

Dans notre travail, nous avons exploré les axes de l'entrepreneuriat féminin : trajectoires, motivations et obstacles dans la région d'akbou à la wilaya de Bejaia. Cependant l'entrepreneuriat féminin est un domaine de

recherche très large et contient d'autres sujets qui n'existent pas, elle n'a pas encore été abordé et la contribution de ces femmes entrepreneures au développement économique régional mérite une recherche sociologique approfondie.

Références bibliographiques

1. ABEDOU, A., BOUYACOU, A. et KHERBACHI, H. (2013). L'entrepreneuriat en Algérie, 2009, 2012. Rapport GEM Algérie 2012. Coopération allemande au développement (GIZ) et CREAD, Alger.
2. ADEL, F-Z. (2016). Atelier 1 entreprendre. Atelier 1 entreprendre autrement, 1, 64-66. <https://m.20bal.com/ekonomika/2297/index.html?page=64> .
3. AGOSTINI, M., TOZETTO, O. et SAMPAIO, R. (2012). D'ARTASAO A EMPREENDEDOR: DA OPORTUNIDADE A NECESSIDADE. PESQUISA REALIZADA COM OS ARTESAOES DA CIDADE DE PASSO FUNDO. VIII CONGRESSO NACIONAL DE EXCELENCIA EM GESTAO, P.146-150.
4. ALEXANDRE, L. (2016). Typologie des entrepreneurs, une approche par le genre. Revue de l'entrepreneuriat, Cairn.info, 15 (N°3-4), P. 119-121.
5. ATTAR, A. (2017). L'informel...l'autre face de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : (Cas du travail à domicile), Revue Marocaine de la prospective en science de gestion, V (N°2). P 53-54.
6. BADIA, B., BRUNET, F. et KERTUDO, P. (2013). Les freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin ; étude qualitative de créatrice d'entreprise dans l'agglomération de Nancy. Revue recherche sociale, 4(208), P. 7-57.
7. BAHRI, B et BERKANE, Y. (2020). L'entrepreneuriat féminin un enjeu pour améliorer l'employabilité des diplômées Algériennes. Revue d'économie et de statistique appliqué, vol 17(O1) P 121.
8. BEN BRAIKA, A. (2014). L'entrepreneuriat des femmes, l'importance, les opportunités et les obstacles. En ligne Jsie.biskra@gmail.comCitez.
9. BEN MAKHLOUF, Y et AKNINE SOUIDI, R. (2018). L'entrepreneuriat Féminin et les dispositifs d'aide à la Création d'entreprises en Algérie. Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou. Algérie. N°24. P 50-51.
10. BERNARD, C., Le MOIGN, C. et NICOLAI, J. P. (2013). L'entrepreneuriat féminin. <https://docplayer.fr/12849310>.

11. BESSOUH. N. L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement en Algérie. Revue. <http://www.asjp.cerist.dz/en/article/53919>.
12. BOUFELDJA, G. (2018). Les femmes entrepreneures en Algérie : contraintes culturelles et désir d'émancipation. Communication présentée à la conférence : 7^{ème} journées George Donut_ entrepreneuriat et société, Université de Québec à Montréal. <https://www.researchgate.net/publication/325253883>.
13. BOURDIEU, P. (1979). La distinction .Ed de minuit, Paris.
14. BOUTILIE, S. 2014. L'artisan entre histoire et théorie économique, Université du littoral cote d'OPAL, document de travail n°226, cahiers du lab.rii P 08.
15. BOUZEKRAOUI, H. (2015). Les obstacles au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc, Thèse de doctorat en science de gestion, université Abdelmalek Essaadi, Maroc. P06.
16. BRUYAT, C. (1993). Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, ESA - Université Grenoble II.
17. CHALAL, F. (2017). L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Entre les exigences du changement social et les stéréotypes du genre. Science social, Université de Bejaia 6(2). P 176.
18. CHARLES, J. (1992). Entrepreneur : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? Revue de nouvel Ontario, N°13-14, P22.
19. CHIKH Abdoul, K-M. (2008). Les modes de gestion des hommes et des femmes entrepreneures dans les petites et moyennes entreprises (PME) à Dakar». Mémoire de maîtrise en sociologie, présenté et soutenu à l'université de Cheikh anta diop de Dakar, Sous la direction de M^{me} FATOU. SARR Moustapha. Tamba.
20. CNES(2002). Rapport : pour une politique de développement de la PME en Algérie. P 71.

21. Comité de travail sur l'entrepreneuriat en Outaouais (2005). Singulière et plurielle.
<http://www.ergative.com/web.php?l=fr&p=1&q=Singuli%C3%A8res+et+plurielles+Enqu%C3%AAtes+sur+les+femmes+entrepreneures+et+les+trav>.
22. CONSTANTINIDIS, C., EL ABOUBI, M., SALMAN, N. et CORNET, A. (2017). L'entrepreneuriat féminin dans une société en transition : analyse de trois profils de femmes entrepreneures au Maroc. *Revue internationale P.M.E*, 30(3-4), 38-67.
23. CORNET, A et CONSTANTINIDIS, C. (2004). Entreprendre au féminin, Une réalité multiple et des attentes différenciées, *Revue française de gestion*, 30(151), 191-204.<https://doi.org/10.3166/rfg.151.191-2042>).
24. Dany, F. (2002). Cadres et entrepreneuriat, Mythes et réalités. Paris, Edition Les cahiers du gdr cadres. [https://www.academea.edu/983393/NOUVEAUX MOD%20LES DORGANISATION ET TRANSFORMATIONS DE LA FONCTION DENCADREMENT DANS LES ORGANISATIONS MUNICIPALES](https://www.academea.edu/983393/NOUVEAUX%20MOD%20LES%20DORGANISATION%20ET%20TRANSFORMATIONS%20DE%20LA%20FONCTION%20DENCADREMENT%20DANS%20LES%20ORGANISATIONS%20MUNICIPALES).
25. DJADDA, M. (2015). Le rôle du capital social et personnel dans l'entrepreneuriat féminin, (Doctorant).Faculté des sciences humaines et sociales, Université A. Mira de Bejaia P 03.
26. DJAMAOUNI, H. (2017). Entrepreneuriat, PME et innovation cas de l'Algérie. *Journal of industriel economics*, Vol 12(2) P 37-38
27. ESTOY, C. (2006). La motivation entrepreneuriale. France : Université des sciences technologiques de Lille, l'institut d'administration des entreprises.
28. FARIDA, M. (2009). PME et compétitivité en Algérie. Université de Bouira, Alger,<http://fseg.univlemcen.dz/larevue09/FARIDA%20MERZOUK.pdf>.
29. FATMA, Z-R. (2006). L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire : 8^{ème} congrès international Francophone En Entrepreneuriat Et PME.<http://www.ergative.com/web.php?l=fr&p=1&q=dans+la+grande+majorit>

[%C3%A9+des+cas+une+activit%C3%A9+locale+%2831%25%29+ou+national e+%2847%25.](#)

30. FAYOLLE, A et FILION, L-J. (2006). Devenir entrepreneur des enjeux aux outils, édition village mondiale.
31. Fayolle, A. (2004).Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre. Éditions d'organisation, Paris.
32. FAYOLLE, A. (2005). Introduction à l'entrepreneuriat, éditions DUNOD, Paris.
33. FILION, L, J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, Revue internationale PME, 10, (N°2), 130- 172.
34. FOURNIER, C. (2006). Artisanat et politique économique. Revue marcher et organisation, (1), 101-119.
35. GEM. (2011).Rapport régional du Global Entrepreneurship Monitor-GEM MOAN, Moyen Orient et Afrique du Nord. Canada. www.gemconsortium.org.
36. GHARBI, S. (2011). Les PME/ PMI en Algérie : Etat des lieux, cahiers de lab. RH- document de travail n°238. Université du littoral l cote d'opale. <https://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2011/03/doc-238.pdf>
37. GHEDDACHE, G. (2016). Etude des motivations des femmes à la création d'entreprise. Revue 16 P 168.
38. GHIAT, B. (2015). Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie. Rue des volontaires, 75015, Paris, France : Edition Publibook.
39. Gillet, A. (2008). PME, Emploi et Relation sociale entrepreneuriat des femmes en Algérie : des dynamiques entre traditions et innovation. France-Maghreb : Ed L'Harmattan.
40. Global Entrepreneurship Monitor. (2017). Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, Martha Lanning édition, Boston.<https://www.gemconsortium.org/report/gem-20162017-womens-entrepreneurshipreport>

41. HAMOUDI, S et ABEDOU, A. (2018). Le parcours socioprofessionnel des femmes entrepreneures en Algérie : Caractéristiques et motivations. *Revue Organisation et travail*, 7 (N°2) P 101.
42. HANI, F. (2015). Les femmes entrepreneures en Algérie : Contraintes culturelles et désir d'émancipation, BOUFELDJA GHIAT, Université Oran 2 Mohamed Ben Ahmed. Montréal– UQAM « Cœur des Sciences » 16 et 17 mai, 01.https://www.researchgate.net/publication/325253883_Les_femmes_entrepreneures_en_Algerie_Contraintes_culturelles_et_desir_d_émancipation
43. HENRI, J. (2006). Les recompositions de l'artisanat : des corporations a la première entreprise de France. *Revue marche et organisation*, (1), p 39-53.
44. HERNANDEZ, E-M. (2001). L'entrepreneuriat. Approche théorique, Ed. L'Harmattan
45. HIMRANE, M et HASSANI, H. (2017). Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. *Revue algérienne de développement économique*, 4(06), 17-18.
46. HIMRANE, M. (2017). La réalité de l'entrepreneuriat féminin. *Revue journal des études financières, comptables et managériales*, 4(1),P 7-19.
47. HIMRANE, M. (2018).Un état des lieux des femmes entrepreneures de Maghreb. Université de Jijel, Vol 11(1) P 129-130.
48. <http://www.angem.dz>. Consulté le 26/06//2021.
49. JULIEN, P-A. et MARCHESNAY, M. (1996). L'Entreprenariat. Paris : Economica.
50. KISABA, G. (2006). L'artisanat au monde de l'entrepreneuriat, *Marché et organisation*. 2006/1(N° 1). P 73-99.
51. LAVOIE, D. (1988), Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée, Ottawa, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, février, 64.université de Jijel. CREAD, 4, (1).P10-11.

52. LEVENE, T. BROS, F. (2011). Trajectoires professionnelles et rapports à la formation d'adultes et jeunes adultes en parcours d'insertion. *Revue savoirs*(26), P 85-108.
53. MARCHESNAY, M. (1993). *Management stratégique*, Paris, Eyrolles Université.
54. METAICHE, T-F et BENDIABDELLAH, A. (2016). Les femmes entrepreneure en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir. *Revue marcher et organisation*, (26), P 219-240.
55. Ministère de l'industrie et des Mines. (2020). *Bulletin d'information statistique de l'entreprise*. N°36 P 8-13.
56. Ministère de la PME et l'artisanat. (2009). *Assises de l'artisanat, bilan et perspective, horizon 2020*, Algérie.
57. Ministère des finances direction générale des impôts. (2015). *Guide Fiscal de l'artisanat traditionnel*. Edition 2015 Algérie.
58. Moreau, R. (2004). *L'émergence organisationnelle : le cas des entreprises de nouvelle technologie*, (thèse de doctorant inédite). Université de Nantes.
59. OIT. (2017). *Évaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, SITUATION ET RECOMMANDATIONS*, édition 1, bureau international du travail, Genève, Suisse.
60. PINTRICH, S. (2003). *Les entrepreneures : Pour une économie canadienne renouvelée*. Canada : Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme. P98.
61. PIORE, M et SABEL, C. (1989). *Les chemins de prospérité de la production de masse à la spécialisation souple*. Paris. Hachette.
62. POLGE, M. (2010). *Entreprendre dans l'artisanat : quel(s) défi(s) ? Introduction*. Edition Management et AMP, Avenir, 2010/10 n° 40.P 73-78.
63. POWERS, T-A. (2009). *Les obstacles et les solutions des femmes entrepreneures des régions ressources du Québec*. (Mémoire de maîtrise inédite).

L'université du Québec à Trois-Rivières. <http://depot-e.uqtr.ca/id/eprint/1725/1/030114568.pdf>

64. ROSTAND, R-C. (1984). Entrepreneurship Lord publishing, editions. Dover P04

65. SHANE, S et VENKATARAMAN, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, Academy of Management Review, 25(1) P 217-226.

66. SIMEONI, M. (1999). Le rôle de savoir-faire dans la firme artisanale. Université de Corse.

67. Steiner, P. (1998). La nouvelle sociologie économique, l'analyse structurale et la théorie économique. Revue Cahiers d'économie politique (33), 107-136.

68. TOUNES, A. (2003). L'intention entrepreneuriale, thèses de doctorat en sciences de gestion. Université de Rouen, France

69. VERSTRAETE, T. (2000). Histoire d'entreprendre, réalité de l'entrepreneuriat. Paris : Ed EMS management et société.

70. VERSTRAETE, T. et SAPORTA, B. (2006). Création de l'entreprise et entrepreneuriat. Edition de l'ADREG.

71. VINCENS, J. (2001). Expérience professionnelle et formation. Revue Agora débats jeunesse, (25), 55-67

72. World Intellectual Property Organization (2003). Le marketing des produits de l'artisanat et des arts visuels/ le rôle de la propriété intellectuelle, guide pratique, Volume 159 de Traditional Knowledge, WIPO, Genève.

73. ZAHRA, A. (2008). L'entrepreneuriat féminin en Iran : Les structures socioculturelles 8^e congrès international Francophones En Entrepreneuriat et PME, Revue Libanaise de Gestion et D'économie, Vol 1, P 04.

74. ZALIO, P-P. (2004). L'entreprise, l'entrepreneur et les sociologues. Entreprises et histoire, 35(1), P 28-29. <https://doi.org/10.3917/eh.035.0016>

75. ZINEB, B. Le modèle américain et le rôle des femmes en Algérie. [Enligne]
<http://www.ergative.com/web.php?l=fr&p=1&q=model+am%C3%A9ricain+et+le+r%C3%B4le+des+femmes+en+Alg%C3%A9rie+Zineb+Belarif+Nous+parlons>.

Résumé

La présente étude porte un regard sur l'entrepreneuriat féminin et plus précisément sur la trajectoire des femmes créatrices de PME dans le secteur artisanal. Ainsi l'objectif principal de cette recherche consiste à essayer de comprendre comment les trajectoires professionnelles influencent les femmes à déclencher le processus de création de leurs entreprises ? Il est à souligné aussi que les principaux obstacles qui entravent ces femmes à concrétiser leurs projets ont été abordés.

Ainsi cette recherche exploratoire a montré que la trajectoire des femmes créatrices ont des ambitions, voir, l'envie de réussir avec les expériences cumulées et les formations poursuivis dans la même activité ont stimulé ces femmes à déclencher le processus de création de leur entreprise. Lors de la création de leur entreprise ces femmes entrepreneures créatrices éprouvent des obstacles administratifs et des difficultés liées à la gestion de leur entreprise.

Mots clés : femme entrepreneure, femme artisanne, trajectoire socioprofessionnelle, expérience professionnelle, la création d'entreprise.

Abstract

This study takes a look at female entrepreneurship and more specifically the trajectory of women entrepreneurs of SMEs in the craft sector. So the main objective of this research is to try to understand how professional trajectories influence women to trigger the process of creating their businesses? It should also be pointed out that the main obstacles that hinder these women from making their projects a reality have been addressed.

Thus this exploratory research has shown that the trajectory of women creators has ambitions, see, the desire to succeed with the accumulated experiences and training pursued in the same activity have stimulated these women to trigger the process of creating their business. During the creation of their business, these creative women entrepreneurs experience administrative obstacles and difficulties related to the management of their business.

Keywords: female entrepreneur, female artisan, socio-professional trajectory, professional experience, business creation.