



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de G

Département des Sciences de gestion

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de

MASTER EN SCIENCES DE GESTION

Option : Entrepreneuriat

L'INTITULE DU MEMOIRE

L'entrepreneuriat féminin, motivations, obstacles et perspectives : cas de la wilaya de Bejaïa

Préparé par :

SALHI Zoubida

Dirigé par :

KENNOUCHE Samia

Date de soutenance :

Jury :

Président : Bouaissaoui

Examinateur : keddari

Rapporteur : KENNOUCHE Samia

Remerciement

Louange à Dieu par la grâce de qui les bonnes œuvres s'accomplissent...

Je tiens à exprimer mes plus sincères remerciements et ma profonde gratitude à l'ensemble des professeurs qui ont marqué mon parcours universitaire par leurs encouragements, leurs critiques constructives et leurs conseils éclairés. Leur accompagnement constant a été pour moi une source précieuse de motivation et de progrès tout au long de mon cheminement académique.

J'adresse une mention toute particulière à Madame KENNOUCHE Samia, pour son soutien sans faille, sa bienveillance constante et ses orientations précieuses, qui ont largement contribué à la concrétisation de ce travail.

Je remercie également, avec une grande reconnaissance, les membres du jury pour avoir accepté d'évaluer ce mémoire et pour le temps et l'attention qu'ils lui ont accordés.

Ma gratitude va également aux femmes entrepreneures qui ont répondu avec ouverture et enthousiasme à mes demandes d'entretien, contribuant ainsi de manière significative à la réussite de la partie terrain de ce travail.

Je tiens également à adresser mes remerciements les plus chaleureux à ma famille, pilier fondamental de mon parcours, pour leur amour inconditionnel, leur patience, leurs prières et leur soutien indéfectible à chaque étape.

Un remerciement tout particulier à Z. S., ma complice de toujours, pour sa présence constante, son appui moral et son soutien sincère depuis les premiers pas jusqu'à l'aboutissement de ce mémoire.

Enfin, à toutes les personnes croisées sur mon chemin, qui ont laissé en moi une empreinte positive et qui, volontairement ou non, ont contribué à façonner la personne et l'étudiante que je suis devenue aujourd'hui, je dis merci.

Et pour clore, je rends hommage à toutes celles et ceux qui, de près ou de loin, ont participé à la réalisation de ce travail et à l'accomplissement de ce projet.

DEDICACES

Je dédie ce modeste travail à :

Mes très chers parents que dieu les protège ;

Mes frères et mes sœurs ;

A tous ma famille ;

Et à tous mes amis.

Zoubida

Liste des abréviations

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

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

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Microcrédit

AMP : Achat de matières premières

BIT : Bureau International du Travail

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

GEM : Global Entrepreneurship Management

ONS : Office National des statistiques

PME : Petite Et Moyenne Entreprise

TPE : Très Petites Entreprises

Sommaire

Introduction général.....	P.01
Chapitre I : l'entrepreneuriat, concepts et définitions	
Introduction.....	P.04
Section 01 : éléments de base sur l'entrepreneuriat	P.04
Section 02 : éléments de base sur l'entrepreneur	P.09
Conclusion.....	P.13
Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin concepts et réalités	
Introduction.....	P.14
Section 01 : définition et spécificités de l'entrepreneuriat féminin.....	P.14
Section 02 : l'état de l'entreprenariat féminin dans le monde et en Algérie.....	P.20
Conclusion.....	P.23
Chapitre III : l'entrepreneuriat féminin cas de la wilaya de Bejaia	
Introduction.....	P.24
Section 01 : la démarche méthodologique de l'enquête de terrain	P.24
Section 02 : l'analyse et l'interprétation des résultats de l'enquête.....	P.26
Conclusion.....	P.37
Conclusion générale.....	P.39

Liste des figures

Figure N°01 : L'âge des femmes entrepreneures au moment de la création	27
Figure N°02 : La situation familiale des femmes lors de la création de leur entreprise.....	28
Figure N°03 : Niveau d'instruction des femmes entrepreneurs enquêtées.....	29
Figure N°04 : Expérience professionnelle antérieure des femmes enquêtées.....	30
Figure N°05 : Les principale motivation des entrepreneurs interrogés.....	33
Figure N°06 : Accompagnement des femmes entrepreneures dans leur parcours.....	34
Figure N°07 : obstacles à la création entreprises chez les femmes entrepreneurs.....	35

Liste des tableaux

Tableau N°01 : Nombre d'enfants à charge.....	28
Tableau N°02 : Secteur d'activité de l'entreprise.....	31
Tableau N°03 : Année de création de l'entreprise.....	32
Tableau N°04 : Localisation géographique des entreprises enquêtées.....	32
Tableau N°05 : Soutien les plus utiles par les femmes interrogées.....	36
Tableau N°06 : Perspectives d'élargissement ou de diversification des activités chez les femmes entrepreneures	37
TableauN°07: Synthèse des attentes des femmes entrepreneures par thématiques.....	38

Introduction générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat féminin connaît une croissance importante dans le monde. De plus en plus de femmes créent leur propre entreprise pour améliorer leurs conditions de vie, devenir indépendantes financièrement et réaliser leurs ambitions. Elles sont actives dans des secteurs variés comme le commerce, les services, l'agriculture ou les nouvelles technologies. Dans plusieurs pays, des programmes d'aide, de formation et de financement ont été mis en place pour encourager cette dynamique. Selon le global entrepreneurship monitor (2023), Plus de 250 millions de femmes dans le monde sont engagées dans l'entrepreneuriat, Ce qui montre l'ampleur croissante de ce phénomène. Cependant, malgré les progrès, les femmes entrepreneures rencontrent encore des obstacles, comme l'accès limité aux ressources financières, les inégalités sociales ou les stéréotypes culturels. Leur rôle est pourtant essentiel dans le développement économique et social de leurs pays. L'entrepreneuriat est très important pour le développement économique. Il permet de créer des emplois, de produire de la richesse et de répondre aux besoins de la société. Aujourd'hui, de plus en plus de femmes choisissent de créer leur propre entreprise, même si elles rencontrent parfois des difficultés.

Reconnu comme une source non négligeable de croissance économique insuffisamment exploitée, l'entrepreneuriat féminin est un phénomène qui prend de plus en plus d'ampleur ces dernières années malgré les problèmes auxquels sont confrontées les femmes. Selon le fonds monétaire international (FMI), Soutenir pleinement l'entrepreneuriat féminin pourrait augmenter le PIB des pays en développement jusqu'à 35%. Les Algériennes sont de plus en plus présentes dans la vie économique du pays ; il est devenu un moyen de gagner plus de pouvoir dans leur lutte pour l'émancipation et la recherche de l'égalité des sexes.¹

De ce fait, l'entrepreneuriat féminin n'est devenu un champ d'étude qui attire de plus en plus de chercheurs que très récemment. L'intérêt porté à cette problématique est justifié par le rôle que joue ce type d'entreprise dans le développement de l'économie. D'ailleurs, la phrase très significative de Winn (2005) : « Women are changing the face of modern business » résume bien cette nouvelle perception de la place actuelle des femmes dans le développement de l'entrepreneuriat.²

¹ BOUFELDJA, Ghiat (2015). Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie. Editions Publibook, p. 83.

² Winn,j.(2005).women entrepreneurs :can we remove the barriers ?Academy of Management perspectives,19(2),41-44.

En Algérie, l'entrepreneuriat féminin a beaucoup évolué. Après avoir longtemps joué un rôle traditionnel dans la famille, les femmes participent maintenant de plus en plus à la vie économique. Elles travaillent dans plusieurs domaines comme le commerce, les services, l'artisanat ou les nouvelles technologies. Cette évolution est encouragée par des programmes de formation, des aides financières et des politiques publiques.

Mais malgré cette progression, le nombre de femmes entrepreneures reste encore faible par rapport aux hommes. Les femmes font face à plusieurs obstacles, comme les traditions sociales, le manque de financement, le manque de soutien ou les difficultés à gérer à la fois leur travail et leur vie de famille. Pourtant, beaucoup d'entre elles réussissent grâce à leur volonté, leur courage et leur créativité.

C'est dans ce cadre que nous avons retenu une question de recherche principale, objet d'analyse de cette étude : **Quels sont les facteurs déterminants qui influencent le parcours entrepreneurial des femmes dans la wilaya de Béjaïa, et comment ces facteurs conditionnent leur réussite ou leurs difficultés ?**

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

1. Quelles sont les motivations personnelles, sociales ou économiques qui poussent les femmes de Béjaïa à se lancer dans l'entrepreneuriat ?
2. Quels obstacles majeurs (financiers, institutionnels, culturels) freinent leur initiative entrepreneuriale ?
3. Quels types de soutien (familial, institutionnel, associatif) facilitent ou limitent leur parcours entrepreneurial ?

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

Hypothèses 01 : Le soutien familial, notamment de la part du conjoint, ainsi qu'un niveau d'instruction élevé, favorise l'engagement entrepreneurial des femmes.

Hypothèses 02 : Le principal frein au développement de l'entrepreneuriat féminin est le manque d'accès aux financements adaptés et suffisants.

Hypothèses 03 : La réussite des entrepreneures dépend fortement de leur capacité à accéder à des réseaux de soutien et à des programmes d'accompagnement.

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

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

Chapitre I

L'Entrepreneuriat, concepts et définition

Introduction

Le mot entrepreneur apparaît dès la fin du XVI^e siècle pour désigner toutes les personnes signant des contrats avec la royauté pour construire des fortifications, des ponts et des routes.³ Or, au fil des années et à ce jour, l'entrepreneuriat a pris différentes formes que des auteurs théoriciens ont tenté de définir. De Richard CANTILLON à Thierry VERSTRAETE en passant par Joseph Schumpeter et tant d'autres, les concepts n'ont cessé de voir le jour

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

Section 01 : éléments de base sur l'entrepreneuriat

Comme nous l'avons déjà évoqué précédemment, L'entrepreneuriat est un concept complexe et en constante évolution, dont les contours se sont dessinés au fil des siècles à travers divers courants de pensée et pratiques. Cette section propose de poser les fondations nécessaires à la compréhension de ce phénomène en explorant ses définitions, ses paradigmes, ses approches théoriques, ses formes et son importance dans le développement économique et social.

1. Définition de l'entrepreneuriat :

Il n'existe pas de définition unique ou universellement admise d'entrepreneuriat, car chaque chercheur l'appréhende selon sa propre perspective. Nous présentons ici les définitions les plus significative et les plus couramment utilisées dans le littérateur académique :

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

D'après FAYOLLE et FILION l'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la démarche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancer dans la création et le démarrage d'une entreprise.⁴

³ OUSALEM A., KHEBBACHE K., BELATTAF M. (2015). Dynamique entrepreneuriale en Algérie et le rôle des politiques de promotion des PME, Revue Eco Nature N°1, p.50-65.

⁴ FILION L-J et FAYOLLE A. (2006). Devenir entrepreneur des enjeux aux outils, édition village Mondial, P 254

Selon Verstraete T, à l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa»⁵ Ainsi, l'entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socioéconomiques.

Nous pouvons dire alors que le terme "entreprenariat" est la poursuite d'une opportunité au-delà des ressources contrôlées. C'est un processus qui implique une certaine détermination et concentration dans l'effort fusionnée aux conditions favorables pour aboutir à la concrétisation d'un projet de création d'entreprise⁶

L'entrepreneuriat, c'est le fait de créer et de développer une entreprise. Cela commence souvent par une idée ou une opportunité que la personne veut concrétiser. L'entrepreneur organise les moyens nécessaires (comme l'argent, le temps, les outils) pour lancer son projet. Il prend des risques, travaille avec détermination et cherche à créer de la valeur, que ce soit pour gagner de l'argent ou pour répondre à un besoin dans la société.

2. Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

« Les paradigmes de l'entrepreneuriat sont des modèles théoriques qui guident la réflexion et les recherches scientifiques dans ce domaine »⁷. Selon Verstraete et Fayolle (2004) Les paradigmes un entrepreneuriat désigne une construction théorique qui est adoptée par une partie significative des chercheurs. Ces derniers partagent une vision commune sur la manière de comprendre le phénomène entrepreneurial.

Il existe principalement quatre grands paradigmes :

- ✓ **L'entrepreneuriat comme un processus d'opportunité** : Ce paradigme repose sur l'idée que l'entrepreneuriat consiste à découvrir, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires. C'est un processus de saisie de nouvelles occasions.
- ✓ **L'entrepreneuriat comme un processus d'émergence organisationnelle** : Ici, l'entrepreneuriat est perçu comme la création d'une nouvelle organisation, un processus par lequel une structure innovante voit le jour.
- ✓ **L'entrepreneuriat comme un processus de création de valeur** : Dans ce paradigme, la principale préoccupation de l'entrepreneur est de générer de la valeur. Cela implique

⁵ "VERSTRAETE T. (2000). Histoire d'entreprendre-les réalités de l'entrepreneuriat », Paris, édition management et société, 2000, P12.

⁶ H.H. STEVENSON & J.C. JARILLO. (1990). A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management, Strategic Management Journal, vol. 11, n°5, p.17-27.

⁷ Dictionnaire LAROUSSE.

d'assumer des risques importants dans le but de créer quelque chose de précieux, que ce soit un bien ou un service.

- ✓ **L'entrepreneuriat comme un processus d'innovation :** se caractérise par l'initiative individuelle de l'entrepreneur, qui doit identifier les sources d'innovation, détecter les changements et recueillir des informations clés sur l'environnement du marché. L'entrepreneur doit également posséder les compétences nécessaires pour mettre en œuvre ces innovations de manière efficace, tout en minimisant les risques associés.

En résumé, les différents paradigmes montrent que l'entrepreneuriat peut être vu de plusieurs façons. Il peut s'agir de saisir des opportunités, de créer une nouvelle organisation, de produire de la valeur ou d'innover. Ces visions nous aident à mieux comprendre le rôle de l'entrepreneur et les différentes façons de réussir un projet d'entreprise.

3. Les approches de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat, en tant que champ d'étude, a donné lieu à diverses approches visant à mieux comprendre le profil et les motivations de l'entrepreneur. Parmi ces approches, deux principales se distinguent :

✓ L'approche centrée sur les traits de personnalité

Cette approche est centrée sur l'entrepreneur, il s'agit de reconnaître dans une population donnée les personnes avec les traits de l'entrepreneur. L'entrepreneur apparaît encore comme doté d'un talent inné, même s'il est possible de former les personnes pour améliorer leurs compétences. Les réflexions développées n'ont pas permis de trouver de consensus, rendant ce type d'approche difficilement mobilisable.⁸

À travers cette approche, la question centrale s'inscrit dans la logique : qui est l'entrepreneur ?

La réponse apportée par l'approche par les traits de personnalité relance la question de l'acquis et de l'inné dans l'entrepreneuriat. En souhaitant proposer un profil type de l'entrepreneur, l'entrepreneuriat est considéré comme étant inné.

L'intérêt de cette approche est non seulement d'identifier les individus qui auraient un profil entrepreneurial, particulièrement pour les accompagner, mais aussi de contribuer à consolider les points faibles des entrepreneurs, le cas échéant.

De plus, les traits de personnalité peuvent être différents en fonction des origines géographiques et culturelles de l'entrepreneur. L'entrepreneur malgache n'est pas l'entrepreneur français qui lui-même n'est pas l'entrepreneur coréen, etc.

⁸ Souki, H. (2024). Cours d'entrepreneuriat : Module UET, Master 2 Management Marketing. Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Faculté des sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

✓ L'approche du comportement entrepreneurial

L'approche du comportement entrepreneurial est la dernière approche centrée sur l'entrepreneur. C'est non seulement la plus récente, mais aussi la plus mobilisée actuellement. Basée sur l'intention entrepreneuriale, elle consiste à prédire la volonté des individus de créer leur entreprise. Aujourd'hui, l'intention entrepreneuriale est devenue une norme de mesure en la matière. Toutefois, cette norme est largement critiquable car elle n'envisage que la création d'entreprise.

4. Les formes de L'entrepreneuriat :

Une action entrepreneuriale, qui s'exprime dans le cadre d'un projet entrepreneurial, peut prendre plusieurs formes :

- entreprendre pour son propre compte (créer ou reprendre son entreprise),
- entreprendre pour le compte d'une entreprise peut revêtir (intraprendre)
- entreprendre pour le compte de la société (actions humanitaires, associatives)

D'une manière générale, le projet entrepreneurial plusieurs formes :

✓ La création d'une nouvelle entreprise ou l'entrepreneuriat ex-nihilo (à Partir de rien) :

Elle peut concerter les petites et micro-entreprises, le travail indépendant, les PME, les grandes entreprises. Créer une entreprise quand rien n'existe n'est certainement pas la situation la plus facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs et ce, d'autant plus, que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex- nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs, les risques doivent être particulièrement bien évalués.

✓ La création d'une entreprise par essaimage :

Elle consiste en le soutien apporté par une entreprise mère (dite entreprise essaigrant) à un employé (dit essaime) lui permettant de créer sa propre entreprise tout en restant salarié chez elle. Ces mesures peuvent prendre diverses formes comme le parrainage, une aide financière, l'appui d'expertise, un accès à l'information, le transfert de brevet ou d'activités etc. Créer une entreprise quand on est salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerter la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais

l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

✓ **La création d'une entreprise par franchise :**

La franchise constitue un levier particulier de création où le promoteur bénéficie, entre autres, d'une notoriété existante. 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. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

✓ **L'entrepreneuriat :**

Elle consiste en la création d'une nouvelle activité (conquête de nouveaux marchés) par un employé entrepreneur au sein de son entreprise mère. C'est Pinchot (1985) qui est le premier qui a introduit le mot « intrapreneuriat » ; Pour lui, L'intrapreneuriat revient à entreprendre dans une structure existante en développant des pratiques et comportements entrepreneuriaux à l'intérieur d'une grande entreprise. Le personnage-clé de ce phénomène est l'intrapreneurs. Cette forme renvoie également au projet de création de filiale. L'entrepreneur agit dans ce cas pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale.⁹

Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir à condition de pouvoir y accéder à celui qui veut entreprendre mais qui ne le fait pas par peur de risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle et familiale.

5. L'importance de l'entrepreneuriat :

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

✓ **Le renouvellement du parc d'entreprise :** une étude du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), comparant plusieurs pays sur divers dimensions sociales et culturelles, a prouvé que les pays ayant une activité entrepreneuriale élevée leurs taux de PIB

⁹ <http://www.jentreprends.ca> (consulté le 10 avril 2025).

augmentent chaque année. L'entrepreneuriat, sous ses différentes formes, permet ainsi de constituer une compensation aux disparitions et échecs d'entreprises déjà existantes.

- ✓ **La création d'emploi** depuis les années 1970, la création d'entreprise apparaît comme une source potentielle de création d'emploi et une lutte contre le chômage et la pauvreté.
- ✓ **L'innovation** : les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de « destruction créatrice » en identifiant les opportunités que les acteurs en place ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques. Le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations l'esprit d'entreprendre intéresse au plus haut point les entreprises et les institutions, en raison des caractéristiques qu'il révèle, comme l'encouragement à l'imagination, à l'adaptabilité et à la volonté d'accepter des risques. L'esprit d'entreprendre traduit une orientation forte vers la recherche d'opportunités, la prise de risques et les initiatives créatrices de valeur.

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

En somme, l'entrepreneuriat ne se limite pas à la simple création d'entreprise. C'est un processus dynamique, multidimensionnel, qui mobilise à la fois des individus, des organisations et des environnements. Par ses nombreuses formes et ses impacts significatifs, il constitue un levier essentiel pour l'innovation, la création d'emplois, et la croissance économique durable.

Section 2 : éléments de base sur l'entrepreneur

L'acte d'entreprendre ne peut exister sans la personne qui le réalise : l'entrepreneur. C'est lui qui prend des initiatives, porte les idées et transforme les projets en réalité. Dans cette section, nous allons découvrir qui est l'entrepreneur, quelles sont ses principales qualités, ses compétences, et comment son rôle évolue, notamment avec l'arrivée de plus en plus de femmes dans ce domaine grâce à l'approche genre.

1. Définition de l'entrepreneur

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

Selon R. CANTILLON. L'entrepreneur « est celui qui assume le risque de l'incertain peu importe le secteur. Il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre »¹⁰ Il définit alors l'entrepreneur comme étant un "aventurier"

J.B. SAY définit l'entrepreneur comme étant « l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports ; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de la production. »¹¹

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

Pour L.J. FILLION, l'entrepreneur est une personne imaginative, caractérisée par une capacité à fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, elle continue de jouer un rôle entrepreneurial. »¹²

Un entrepreneur, c'est une personne qui a une idée et qui décide de créer une entreprise pour la réaliser. Il utilise des ressources (argent, travail, matériel) pour faire avancer son projet. Il prend des risques, fait des choix, et travaille pour réussir son activité. L'entrepreneur cherche souvent à innover, à créer de la valeur et à répondre aux besoins du marché.

2.Caractéristiques essentielles d'un entrepreneur :

L'entrepreneur est caractérisé par :

- ✓ **Innovateur:** Le monde ne serait toujours qu'une idée sans les entrepreneurs, cela implique de nouvelles idées et le développement des compétences pour créer de nouvelles combinaisons plus rapidement et mieux que les concurrents.¹³

¹⁰ CANTILLON, R. (2011). *Essai sur la nature du commerce en général* », Ed. IN.E. D, Paris, P19.

¹¹ "SAY J-B. (1972), cité par A. TOUNES, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept. IAE de Rosen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, 2003, p. 06.

¹² Louis Jaques FILION (1997). *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances*, P19.

¹³ Benlakéhal, N., & Nassira, A. *L'ENTREPRENEURIAT : ENTRE OPPORTUNITES ET DEFIS ETUDE DE CAS MAISON ENTREPRENEURIAT DU CENTRE UNIVERSITAIRE DE TIPAZA ENTREPRENEURSHIP*

- ✓ **Créateur de valeur** : Il est perçu comme un atout de richesses et d'emplois pour la nation. De nombreuses études empiriques ont mis en évidence les liens solides entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique.
- ✓ **Opportuniste** : Dans l'exploration d'opportunités ou de nouveautés afin de mieux répondre au marché ou d'explorer un nouveau marché. La capture des opportunités est souvent le résultat d'une recherche plus ou moins explicite d'informations.
- ✓ **Forte confiance en lui** : Ils sont par définition optimiste et croit en sa << bonne étoile >> Si vous n'avez pas confiance en vous et en vos idées, personne ne vous aidera à réussir votre projet.¹⁴
- ✓ **Motivé** : Par un besoin débordant de réalisations, ou le profit permet de compenser les premiers couts voire de financer le succès. ¹⁵
- ✓ **L'entrepreneur est un preneur de risque** : Au sein du système économique, l'entrepreneur occupe une position cruciale. On peut le comparer à un << risk taker/risk-manager >> d'après Cantillon, Say et Knight. Selon Cantillon, l'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix, car il fait des acquisitions à des prix fixes, mais ses ventes sont incertaines., tout dépendra de la réaction des consommateurs et de la situation du March. ¹⁶

L'entrepreneur est une personne innovante, capable de créer de la valeur et de saisir des opportunités. Il a confiance en lui, il est motivé et prêt à prendre des risques pour réussir son projet. Grâce à ces qualités, il contribue à la croissance économique et au développement de la société.

3. Compétences clés pour réussir en tant qu'entrepreneur

Si on résume, les missions et compétences de l'entrepreneur, on peut les schématiser de la manière suivante :

- ✓ **Choix de l'idée** : L'entrepreneur est cette personne en mesure de transformer une idée en projet selon une trajectoire bien défini. Pour cela, le choix de l'idée est la principale compétence qui concerne surtout le tamisage (savoir tamiser) à la lumière des données de l'environnement.

¹⁴ MOUFDI, A. J. (2021). Regards croisés sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc, L'entrepreneuriat féminin en Afrique. p. 123-145

¹⁵ Nawel, B., & Nassira, A. (2019). L'ENTREPRENEURIAT : ENTRE OPPORTUNITES ET DEFIS ETUDE DE CAS MAISON ENTREPRENEURIAT DU CENTRE UNIVERSITAIRE DE TIPAZA.p 17

¹⁶ BERREZIGA, A. (2014). « Les dix compétences de l'entrepreneur », Revue des réformes économiques et intégration dans l'économie mondiale, vol.8, n° 16, p 75-90.

- ✓ **Concrétiser le projet** : l'entrepreneur doit être capable de transformer son idée en projet réalisable. Cette compétence concerne principalement la mise en œuvre du projet.
- ✓ **Savoir planifier** : L'entrepreneur doit être un planificateur capable de prévoir tous les moyens matériels et humains pour le montage de son entreprise. Cela suppose une vision claire des objectifs et des ressources nécessaires.
- ✓ **Création d'une entreprise** : Le passage de l'idée à l'entreprise nécessite de la maîtrise de la création d'entrepreneur et un démarrage réussi. Malgré les nombreuses contraintes possibles.
- ✓ **Savoir Organiser** : Après la création d'une entreprise, il faut mettre en place une structure organisationnelle adéquate. Incluant les bons systèmes de gestion.
- ✓ **Savoir animer** : l'entrepreneur doit animer et diriger le système organisationnel, ce qui requiert des compétences en management, communication et animation d'équipe.
- ✓ **Savoir développer** : il doit donner à l'entreprise l'énergie nécessaire à son lancement, avec une bonne vision pour la faire grandir et éviter qu'elle ne s'essouffle rapidement.
- ✓ **Savoir consolider** : L'entrepreneur doit consolider chaque étape franchie afin d'assurer la pérennité de l'entreprise, en s'appuyant sur une bonne maîtrise de formation.
- ✓ **Savoir évaluer** : la consolidation passe par une évaluation rigoureuse du système, notamment via la comptabilité analytique et l'audit, pour assurer le contrôle de gestion.
- ✓ **Savoir anticiper** : Enfin, l'anticipation permet à l'entrepreneur de gérer les risques et de saisir les opportunités dans un environnement en perpétuel changement.

Donc, Un entrepreneur doit avoir plusieurs compétences pour réussir. Il doit savoir choisir une bonne idée, la transformer en projet, bien planifier et organiser son entreprise. Il doit aussi diriger son équipe, développer l'activité, évaluer les résultats et anticiper les changements. Ces compétences sont essentielles pour assurer le succès et la stabilité de son entreprise.

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

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

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

marchés et dans tous les secteurs d'activité. L'approche genre suppose d'examiner les opportunités offertes aux hommes et aux femmes les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux. Il s'agit de composantes fondamentales qui influent sur le processus de développement de la société et sur l'aboutissement des politiques, des programmes et des projets des organismes internationaux et nationaux.¹⁷

En résumé, l'entrepreneur est une personne dynamique, motivée et prête à prendre des risques pour faire avancer une idée ou une entreprise. Il ou elle doit posséder de nombreuses compétences, comme savoir organiser, diriger, innover et s'adapter. Aujourd'hui, les femmes occupent une place de plus en plus importante dans le monde entrepreneurial, ce qui montre que l'entrepreneuriat est ouvert à tous, peu importe le genre.

Conclusion

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

¹⁷ <https://www.fao.org/4/x0251f/x0251f01.htm> (consulté le 3 mai 2025)

Chapitre II

L'Entrepreneuriat Féminin - concepts réalités

Introduction

L'entrepreneuriat féminin contribue activement à la création de valeur, à la stimulation de la créativité, à l'innovation et à la génération d'emplois. Bien qu'il varie selon les pays, une forte corrélation existe entre le développement de l'entrepreneuriat féminin et la croissance économique globale.

En Algérie, les autorités ont intensifié leurs efforts pour soutenir et promouvoir ce type d'entrepreneuriat, en adoptant plusieurs mesures destinées à lever les obstacles entravant son expansion. Toutefois, des défis subsistent, notamment le manque d'études spécifiques sur le sujet et l'absence de données statistiques précises concernant les femmes entrepreneures. Malgré ces limitations, l'essor de l'entrepreneuriat féminin en Algérie témoigne d'un potentiel encore largement sous-exploité.

Section 01 : Définitions et caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin :

L'entrepreneuriat féminin désigne les activités entrepreneuriales menées par des femmes. Il se caractérise par une volonté d'indépendance, un équilibre entre vie professionnelle et personnelle, et une gestion souvent collaborative. Malgré son potentiel, il reste confronté à plusieurs obstacles, notamment l'accès au financement, aux formations et aux réseaux.

1. Définitions de la femme entrepreneure :

Selon LAVOIS Dina (1988) « une femme qui seule ou avec un ou des partenaires a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe activement à sa gestion contracte ».¹⁸

L'observation de l'entrepreneuriat féminin FIDUCIAL la définit comme « personne (la femme qui possède et dirige une entreprise) que l'on peut désigner comme femme entrepreneure ».¹⁹ cet observatoire est créé par le groupe Fiduciel pour rendre compte l'évolution des créatrices et pour dégager les bonnes pratiques mises en place à l'international. Pour compléter ces deux définitions, on peut retenir celle de LUIS-Jacques Filion (1997) « une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui dirige de manière innovante et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés ».²⁰

¹⁸ Lavoie (1988), « les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, p.3.

¹⁹ Christian Latouche (2006). « L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin », FUDICIAL, p.13.

²⁰ <http://www.enviedentreprendre.com> (consulté le 10 mai 2025).

D'après ces différentes définitions on constate que la femme entrepreneure est celle qui a une dépendance qui est la capacité créative de son propre travail de qualité innovant ou elle accepte de prendre des risques juste pour sa réussite et être une femme autonome qui contrôle, décide et gère une entreprise.

Comme on peut retenir de ces différentes définitions que la femme entrepreneure signifie :

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

2. Caractéristiques des femmes entrepreneures :

Les Caractéristiques des femmes entrepreneures sont diverses et incluent des aspects tels que leur niveau de formation, leurs âges et l'expérience et influence familiale.

2.1. L'âge de la femme entrepreneure et sa carrière :

Les études statistiques effectuées par plusieurs chercheurs dont citant : Welsch et Young (1984) et Birley ont montré que les femmes entrepreneures aux Etats-Unis, sont plus jeunes que leurs homologues les hommes entrepreneurs, indiquant que l'âge moyen se situe entre 25 et 40 ans pour les femmes et aux environs de plus de 43 ans pour les hommes. Ainsi que Laçasse (1990) qui a mené une étude qui montre que l'âge moyen des femmes entrepreneures se situe entre 35 et 44 ans.

Par ailleurs, des données issues des enquêtes menées toujours aux États-Unis par HISRISH et PETERS en 1990 se sont soldées par un résultat contraire aux études précédentes, en montrant que les hommes entreprennent leurs entreprises à l'âge de 30 ans plutôt que les femmes créatrices qui est de l'ordre de l'âge de 35 ans.²¹

Selon l'enquête réalisée par Legaréet et St-Syr²² au Canada en 2002, l'âge des femmes entrepreneures est relativement inférieur à celui des hommes.

²¹ Zouiten J, Levytadjine T. (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IVème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Paris, p. 200-215.

²² Legare M H., Louise S. (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneurs », HEC, Canada, p.17.

En Afrique, d'après HERNANDEZ (1997), les femmes en tendance à réaliser leur activité entrepreneuriale à un âge tardif par rapport aux femmes entrepreneures des États-Unis et l'Europe suite à la valorisation tardive de l'entrepreneuriat féminin dans le continent africain.²³

Donc, L'âge des femmes entrepreneures varie selon les pays. En général, elles commencent leur activité entre 25 et 44 ans. Dans certains pays comme les États-Unis ou le Canada, elles sont souvent plus jeunes que les hommes entrepreneurs. En Afrique, les femmes se lancent souvent plus tard à cause du manque de soutien et de reconnaissance de l'entrepreneuriat féminin. Cela montre que le contexte social et culturel influence beaucoup le moment où une femme décide de créer son entreprise.

2.2. La formation :

Les études et les enquêtes réalisées par plusieurs auteurs, dans le domaine de la formation de la femme entrepreneure, se sont soldées par des résultats contradictoires au sein même d'un même pays. Watking en 1983, Belkourt et Al, rapportent que les femmes ont un niveau d'instruction moins important. Contrairement à l'étude menée par Welsch et Young qui montrent que le niveau d'instruction des femmes entrepreneures était plus élevé que celui des hommes entrepreneurs. Par conséquent, l'étude de Birley et Al (1987) et celle de hisrish et Brush (1984), montrent que les niveaux d'instruction des deux genres sont égaux, mais qui diffèrent dans les spécialités et les filières des diplômes obtenus dans le domaine des sciences humaines pour les femmes et le domaine technique pour les hommes en général.²⁴

Pour ce qui est des études réalisées par LAVOIS et Yudking²⁵, elles montrent que les femmes entrepreneures européennes sont instruites dans la moyenne de leur population. Plus particulièrement, plus de la moitié des femmes entrepreneures françaises, ont répondu par un sondage qu'elles ont fréquentées l'université soit 56 %.²⁶

On conclut que le niveau de formation des femmes entrepreneures varie selon les pays et les études. Certaines recherches montrent qu'elles sont moins instruites, tandis que d'autres prouvent qu'elles ont un bon niveau, parfois même supérieur à celui des hommes. En général, elles se dirigent vers les sciences humaines. En Europe, une majorité de femmes entrepreneures ont fait des études universitaires, ce qui montre que la formation joue un rôle important dans leur réussite.

²³ Hernandez V. (1997), « L'entrepreneuriat féminin en Afrique : une valorisation tardive », Revue Africaine de Sociologie, vol.5, n°2, p.45-60.

²⁴ Birley S., Moss C., Saunders P. (1987), « Do Women Entrepreneurs Require Different Training ? », Journal of Small Business Management, vol.25, n°1, p.11-17.

²⁵ Ibid.p.17.

²⁶ L.Robert. (2003), « Les femmes se prononcent : stratégies féministes d'entreprise pour les femmes francophones », Réseau femmes Colombie-Britannique, Mai, p.13.

2.3. L'influence familiale :

La famille définie comme « une communauté de personnes réunies par des liens de parenté » est un déterminant important de l'entrepreneuriat féminin. Donc, l'influence familiale joue un rôle primordial dans le domaine de l'entrepreneuriat en général et plus particulièrement dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin.

En effet, d'après COOPER et DUNKELBERD (1982), HISRISH et BRUSH (1987), COLLINS et MOORE (1970), SHAPIRO (1971), un grand pourcentage des femmes entrepreneures ont des ascendants possédant des entreprises.²⁷

D'autres recherches ont montré que la profession des parents des entrepreneurs influe beaucoup sur la personnalité de leurs enfants entrepreneurs, ce qui est valable pour les deux genres.

2.4. L'expérience :

D'après le témoignage de certains chercheurs, l'expérience professionnelle acquise dans de différents domaines, pourrait être le facteur nécessaire qui pousse l'entrepreneur homme ou femme à créer sa propre activité qui ça soit dans son domaine d'expérience ou autre.

D'après HISRISH et PETERS (1991), les femmes entrepreneures créent leurs entreprises en général dans leur domaines d'expérience tels que le commerce en détail, les relations publiques et les services éducatifs, alors que les hommes se penchent vers la création de leurs activités, généralement dans les domaines techniques tels que l'industrie, la construction et la haute technologie.²⁸

On conclut que l'expérience professionnelle joue un rôle important dans le choix de créer une entreprise. Les femmes entrepreneures lancent souvent leur activité dans des domaines qu'elles connaissent bien, comme le commerce, les services ou l'éducation. Cela montre qu'elles utilisent leurs compétences acquises pour réussir.

3. Motivations et obstacles des femmes entrepreneures :

Les femmes entrepreneures sont motivées par l'indépendance et l'épanouissement personnel, mais rencontrent divers obstacles tels que le manque de financement, de formation et les stéréotypes sociaux.

3.1. Motivations des femmes entrepreneures :

La question "pourquoi des femmes deviennent-elles entrepreneures ?" a fait l'objet de plusieurs recherches, dans lesquelles, les auteurs ont pu distinguer deux profils d'entrepreneures à partir de

²⁷ F.K. HIEN (2002), « l'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire », Septembre, p.15.

²⁸ Hisrich R.D. Peters M.P. (1991). Entrepreneurs : Moving Front and Center -An Overview of Research and theory. Journal of Small business Management, volume 29, n°3, p.10.

leurs motivations à créer une entreprise. Contrairement à leurs homologues masculins, les femmes ne sont pas attirées par le financement (selon une étude allemande, le profit n'est placé qu'à la quatrième ou cinquième position), leur principale motivation réside dans le besoin d'indépendance et de reconnaissance sociale. Ainsi, pour Shaperro (1975), les motivations entrepreneuriales sont regroupées en deux grandes catégories : les motivations de type push (motivations de nécessité) et les motivations de type pull (motivations de volonté).

3.1.1. La catégorie push : Pour ces femmes, l'entrepreneuriat est un choix plutôt forcé, des motivations par des facteurs << négatifs >> tel que le chômage, la situation familiale, etc. Ces femmes entreprennent par nécessité car elles ressentent une insatisfaction dans leur travail et voient que créer leurs propres entreprises est la seule alternative pour combler leurs besoins. On peut dire alors que l'entrepreneuriat par nécessité est directement lié au cycle de vie de la femme et de sa famille, en plus de sa relation au niveau de développement du pays.²⁹

3.1.2. La catégorie pull : Cornet et Constantinidis (2007) affirment que l'existence de cette catégorie peut être expliquée par la volonté des femmes de vouloir contourner le plafond de verre prédominant au sein des entreprises. Les femmes sont plus insatisfaites de leur carrière et voient l'entrepreneuriat comme un moyen de concilier à la fois leur travail et le rôle auprès des enfants.³⁰ Levy-Tadjine et al. (2005) ont montré que « l'altruisme et sa conséquence, l'irruption d'acteurs plus nombreux dans le processus entrepreneurial, étaient générateurs de dissonances Temporelles marquées entre l'entrepreneure, son entourage et les parties prenantes d'Aventure entrepreneuriales >>.

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

On peut ainsi affirmer avec Marcel LANCELIN, ayant constaté un développement rapide de l'emploi indépendant et de la création d'entreprise par les femmes au cours des années 80, que l'esprit d'entreprise chez les femmes est dû à leur « aspiration à l'indépendance économique et à la conquête vers l'autonomie >>³¹

²⁹ <https://www.femmesdelartisanat.com/conseil/les-specificites-de-lentrepreneuriat-feminin> (consulté le 15 avril 2025).

³⁰ S. Cromin (1987), cité par Emilie Cornillon, « l'entrepreneuriat féminin en France : état des lieux et Perspectives, mémoire de fin d'études Université Robert Schuman et TECS Strasbourg, 2005. 59.

³¹ M.LANCELIN, « Quelques éléments de réflexion sur les problèmes d'épargne et de crédit », en Technique financière et développement dans l'esprit d'entreprise, ED AUREF-Paris,1993, p.4

3.2. Obstacles des femmes entrepreneures :

Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures dans le monde, dans le cadre de la création de leurs entreprises a fait l'objet de plusieurs études qui ont abouti presque aux mêmes résultats sur les sujets de préoccupations et les obstacles que seules les femmes peuvent rencontrer.

Selon l'une de ses enquêtes, Pierre- Paul Proulx sépare les obstacles auxquels les femmes se trouvent confrontées en quatre catégories distinctes :

-les contraintes personnelles.

-les difficultés de financement externe.

-le manque de soutien ou de reconnaissance et, pour finir la faible intégration des femmes dans les réseaux d'affaires.³² Plus souvent, ces femmes rencontrent plusieurs contraintes économiques, juridiques et socioculturelles qui les entravent de se lancer dans la carrière entrepreneuriale.

A l'insuffisance financière s'ajoute le manque de niveau d'éducation et de formation professionnelle des femmes qui de ce fait les excluent du processus de développement. Selon certains auteurs tels que Hisrich et Brush (1983, 1987) ; Brush (1990), les responsabilités domestiques qui incombent à la femme représentent un obstacle face à l'activité entrepreneuriale.³³

De ce qui précède, il en résulte que la femme entrepreneure est confrontée à un problème majeur qui est le fait d'être à la fois responsable de plusieurs besognes dans la vie conjugable et responsable de faire face aux contraintes du temps qui lui reste pour son travail dans son entreprise.

Donc, L'entrepreneuriat féminin joue un rôle important dans le développement économique et social. Les femmes entrepreneures sont créatives, courageuses et déterminées, malgré les nombreux défis qu'elles rencontrent. Leur motivation vient souvent d'un besoin d'indépendance et de réussite personnelle. Cependant, elles doivent encore surmonter des obstacles comme le manque de financement, de formation et le poids des responsabilités familiales. Pour les aider à réussir, il est important de leur offrir plus de soutien, de reconnaissance et d'opportunités.

³² <https://www.agiretentreprendre.fr/obstacles-entrepreneuriat-feminin> (consulté le 10 mai 2025).

³³ <https://wikimemoires.net/2019/02/opportunites-et-contraintes-de-entrepreneuriat-feminin/> (consulté le 16 mai 2025).

Section 02 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin dans le monde et en Algérie

Dans cette section, nous allons voir comment les femmes entrepreneures évoluent dans le monde et en Algérie. Nous allons parler des différences entre les pays, des difficultés rencontrées, et des aides mises en place pour encourager les femmes à créer leur propre entreprise.

1. L'entrepreneuriat féminin à travers le monde

L'Afrique détient le plus haut taux d'entrepreneuriat féminin au monde, avec 27% de femmes entrepreneures, motivées en grande partie par la nécessité de subvenir aux besoins familiaux dans un contexte de pauvreté et de chômage. Dans des pays comme l'Ouganda, 80% de la production alimentaire est assurée par des femmes.

Les femmes des pays en développement créent principalement des entreprises par nécessité, tandis que dans les pays développés, l'entrepreneuriat est souvent motivé par des opportunités.

En Afrique, 24% des femmes créent leur entreprise, un taux qui monte à 26% en Afrique subsaharienne, contre des taux plus bas ailleurs : 17% en Amérique Latine, 12% en Amérique du Nord, 8% en Europe et Asie centrale.

Aux États-Unis, 48% des entreprises privées sont majoritairement détenues par des femmes, générant 2,5 billions de dollars et employant 19,1 millions de personnes. Au Canada, 35,6% des entrepreneurs sont des femmes, mais leurs intentions entrepreneuriales restent plus faibles que celles des hommes. Le taux de création est de 10% pour les femmes contre 16,5% pour les hommes, mais elles ferment moins souvent leurs entreprises. La part des femmes actionnaires à 100% varie selon les régions, atteignant 19,6% dans l'Atlantique et 15% au Québec.

Au Québec, l'entrepreneuriat féminin est en croissance : 10,3% des femmes étaient propriétaires d'une entreprise en 2014 contre 5,5% en 2009, et 14% souhaitent créer ou reprendre une entreprise.³⁴

On conclut que l'entrepreneuriat féminin progresse dans le monde, surtout en Afrique où les femmes créent des entreprises pour subvenir aux besoins de leur famille. Dans les pays développés, les femmes entreprennent plus par envie de réussir ou de saisir des opportunités. Même si les taux sont différents selon les régions, les femmes jouent un rôle de plus en plus important dans l'économie mondiale.

³⁴ Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2024). Women's Entrepreneurship Report 2024/2025 : Inclusive, Equitable, Empowering. Global Entrepreneurship Research Association. Disponible sur : <https://www.gemconsortium.org>

2. L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Au cours des 40 dernières années, l'emploi féminin en Algérie a connu une nette évolution. En 1977, seules 138 234 femmes étaient actives, représentant 5,91 % de la population occupée. Ce taux a légèrement augmenté à 7,15 % en 1989, puis a connu une croissance importante atteignant 15,57 % en 1997 et 18 % dans les années 2000.

Après une baisse entre 2008 (15,6 %) et 2009 (15,3 %), le taux d'activité des femmes remonte pour atteindre 18,8 % en 2012 et 20,4 % en 2016. Malgré cette progression, le chômage féminin reste élevé, autour de 16,5 à 17,5 %, touchant surtout les femmes diplômées de l'enseignement supérieur (24,7 %) et de la formation professionnelle (21,3 %).

Les femmes sont principalement employées dans le secteur public (78 %) et occupent souvent des postes à temps partiel (45,2 %). Le chômage féminin est souvent de longue durée (37,9 % plus de 24 mois), avec des interruptions de carrière liées à des raisons familiales (15,2 %) ou à l'échéance des contrats (49,8 %). Par ailleurs, 61,3 % des femmes inactives déclarent ne pas chercher d'emploi pour des raisons familiales.³⁵

On peut dire que l'emploi et l'entrepreneuriat féminin en Algérie ont connu des progrès importants au fil des années. Cependant, les femmes font encore face à de nombreux obstacles comme le chômage élevé, les emplois précaires et les responsabilités familiales. Il est donc nécessaire de renforcer les efforts pour mieux accompagner les femmes et favoriser leur intégration dans le monde du travail et de l'entrepreneuriat.

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

Le taux de chômage à l'échelle mondiale reste élevé, notamment en raison du décalage entre les compétences des chercheurs d'emploi et les besoins du secteur privé. Ce manque de compétences pratiques est aggravé par l'impossibilité pour beaucoup d'acquérir une expérience professionnelle concrète. De plus, les entreprises sont souvent réticentes à embaucher des débutants, surtout des jeunes femmes, qui sont particulièrement touchées par cette situation.

³⁵ Organisation Internationale du Travail (OIT). (2019). Emploi et Questions sociales dans le monde : Tendances 2018. Genève : Organisation Internationale du Travail. Disponible sur : <https://www.ilo.org>

En 2021, le taux de chômage mondial était relativement stable à 8,1 % selon le BIT,³⁶ tandis qu'en Algérie, il atteignait 14,54 %.³⁷ Pour remédier à cette problématique, l'Algérie a mis en place plusieurs dispositifs d'aide financière et d'accompagnement à destination des jeunes porteurs de projets.

Ces aides sont proposées par différentes agences nationales, présentées ci-dessous :

- **ANADE** : (ex-ANSEJ) Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat
Cette agence soutient les jeunes porteurs d'idées de projets dans la création de leurs entreprises. Elle offre un accompagnement technique et financier afin d'aider les jeunes à concrétiser leurs ambitions entrepreneuriales.
- **ANDI** : Agence Nationale de Développement de l'Investissement Elle facilite et encourage l'investissement à travers des régimes d'incitations, principalement sous forme d'exonérations et de réductions fiscales. Elle accompagne également les créateurs d'entreprises dans les différentes étapes de leurs projets.
- **CNAC** : Caisse Nationale d'Assurance Chômage En plus de gérer l'indemnisation des travailleurs involontairement privés d'emploi pour des raisons économiques, la CNAC propose également un soutien à la reconversion professionnelle, notamment pour les chômeurs souhaitant créer leur propre activité.
- **ANGEM** : Agence Nationale de Gestion du Microcrédit Elle aide à la création de micro entreprises, en particulier dans les milieux défavorisés.

On conclut que l'entrepreneuriat féminin est en progression dans le monde et en Algérie, mais les femmes font encore face à plusieurs défis comme le chômage, le manque de financement ou la difficulté à concilier vie familiale et professionnelle. Heureusement, des dispositifs d'aide existent pour les soutenir et les encourager à réussir dans leurs projets.

³⁶ <https://www.insee.fr/fr> (consulté le 4 mai 2025)

³⁷ <https://www.statista.com> (consulté le 7 mai 2025)

Conclusion :

En somme, l'entrepreneuriat féminin représente un levier important pour le développement économique et social. Malgré les efforts déployés par les autorités algériennes pour en favoriser l'essor, des obstacles structurels et un manque de données précises freinent encore sa pleine valorisation. Il est donc essentiel de renforcer les politiques de soutien, de mener des recherches ciblées et de mettre en place des mécanismes adaptés afin de libérer pleinement le potentiel de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Chapitre III

L'Entrepreneuriat Féminin cas de la wilaya de Bejaia

Introduction :

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

Dans le but de présenter notre travail et d'exactement les différentes étapes et méthodes de la réalisation, nous avons dédié le présent chapitre à la présentation de méthodologie utilisée lors de l'enquête. Dans ce contexte, nous allons expliquer notre démarche concernant l'objectif de l'enquête, la taille et le choix de l'échantillon, le déroulement de l'enquête, les instruments de collecte de données dans la première section.

Par la suite, dans la deuxième partie, nous allons exposer l'analyse des résultats obtenus suite à l'enquête de terrain.

Section 01 : La démarche méthodologique de l'enquête de terrain

Au cours de cette section, nous présentons les différentes étapes suivies pour la réalisation de notre enquête. Tout d'abord, nous exposons l'objectif de notre étude, puis nous dresserons une conception du questionnaire et nous conclurons par la présentation des méthodologies afin de former la population et l'échantillon d'étude et de présenter leurs principales caractéristiques.

1. Méthodologie de travail :

Notre travail est structuré comme suit :

1.1. Objectifs de l'enquête de terrain :

Notre enquête a pour but de collecter les informations de terrain pour les besoins des vérifications des trois hypothèses émises au départ, en abordant notamment les motivations, les caractéristiques des entreprises des femmes entrepreneures, ainsi que les principaux problèmes qui les sont spécifiques et de ressortir leur profils (âge, niveau d'instruction et les secteurs les plus fréquentés par ces dernières).

Cette enquête a pour objectifs d'aborder ces différents niveaux d'analyses afin d'aboutir à une meilleure compréhension de la réalité des femmes entrepreneures et leur place dans la société.

1.2. Elaboration du questionnaire :

Nous avons utilisé un questionnaire, qui est l'outil de base de notre travail. Il a été élaboré de façon à recueillir les informations nécessaires à la réalisation de cette étude.

Il vise donc à apporter des réponses précises et fiables aux questions que nous nous sommes posées, afin d'obtenir des éclaircissements qui nous aideront à mieux appréhender le phénomène observé. Il est construit en fonction de l'objectif de notre étude et des interlocuteurs à quod s'adresse.

Afin de garantir la fiabilité des réponses, nous avons fait notre possible pour simplifier les questions aux femmes entrepreneures. Nous avons élaboré un questionnaire comportant 15 questions. Selon la nature des réponses qu'on cherche à obtenir, les questions sont soit ouvertes ou fermées. Elles se focalisent sur trois principaux axes complémentaires :

Axe 01 : Caractéristiques personnelles

Le premier axe porte sur les informations sociodémographiques des femmes entrepreneures, les questions de 1 à 4 abordent l'âge au moment de la création de l'entreprise, la situation matrimoniale, le nombre d'enfants, ainsi que le niveau de formation atteint. La question 5 explore l'expérience professionnelle antérieure à la création de l'entreprise.

Axe 02 : Caractéristiques de l'entreprise

Le second axe vise à recueillir les informations générales sur l'entreprise enquêtée. Les questions 6 jusqu'à 9 permettent d'identifier des éléments clés tels que le secteur d'activités, année de création, statut juridique, type d'entreprise, localisation de l'entreprise.

Axe 03 : Motivations et obstacles

Ce troisième axe accumule les questions de 10 jusqu'à 12 qui ont pour but de savoir les sources de motivations aux démarches entrepreneuriales ainsi que les difficultés ou contraints rencontré lors de la création.

Axe 04 : Perspectives

Ce quatrième axe accumule les questions de 13 jusqu'à 14 qui contiennent « Envisagez-vous d'élargir ou de diversifier votre activité dans les prochaines années. Et quelles sont vos attentes vis-à-vis des pouvoirs publics et des institutions locales pour soutenir l'entrepreneuriat féminin ?

1.3. Déroulement de l'enquête :

L'enquête s'est déroulée durant le début de mois d'Avril 2025. Où nous avons choisi de collecter des informations et des données sur le secteur des petites et moyennes entreprises de

la wilaya de Bejaia. Il est important de souligner que les femmes entrepreneures qui ont pris le temps de répondre à notre questionnaire nous ont accueillies avec gentillesse et courtoisie, nous ont écoutées et nous ont fait profiter de leurs expériences acquises tout au long de leur parcours.

1.4. Le choix et la taille de l'échantillon :

La constitution de l'échantillon a été faite sur la base d'une liste de 30 femmes Entrepreneures. L'identification de notre échantillon (des femmes entrepreneures à enquêter) a été faite via des relations personnelles. Sur les 30 questionnaires distribués auprès des Femmes entrepreneures identifiées, nous les avons tous les récupéré, ce qui représente un taux de réponse de 100%.

1.5. La technique de traitement des questionnaires :

Le traitement des enquêtés a commencé par le dépouillement de questionnaires et la hiérarchisation des informations et des observations recueillies.

Toutes les informations recueillies ont été codifiées sous forme de variables intégrées et saisies dans une base de données sous les logiciels Microsoft office EXECEL 2016. Après avoir présenté les démarches méthodologiques de notre enquête dans cette Section, nous allons procéder à l'interprétation et l'analyse des résultats de l'enquête de terrain qui fera le sujet de la dernière section.

Section 02 : Présentation et interprétation des résultats de l'enquête

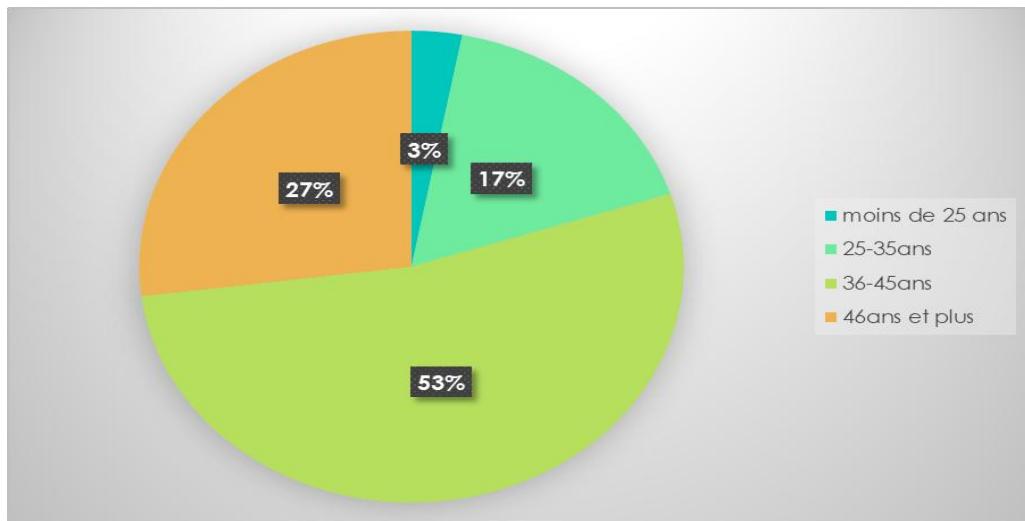
À ce stade, notre attention se porte sur les résultats de l'enquête concernant les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin dans la Wilaya de Bejaia, en analysant les données des questionnaires collectés.

1. Les caractéristiques personnelles : Profil des femmes entrepreneures enquêtées

L'enquête que nous avons menée auprès femmes entrepreneurs au niveau de la wilaya de Bejaïa nous a révélé un certain nombre d'information concernant le profil de ces femmes interrogés.

1.1 : L'âge des femmes à la création

Pour appréhender l'âge des femmes entrepreneures, il a été décidé de les classer en quatre tranches d'âge, comme le montre la figure N°1 ci-après :

Figure N°1 : L'âge des femmes entrepreneures au moment de la création

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées lors de notre enquête Bejaïa, 2025.

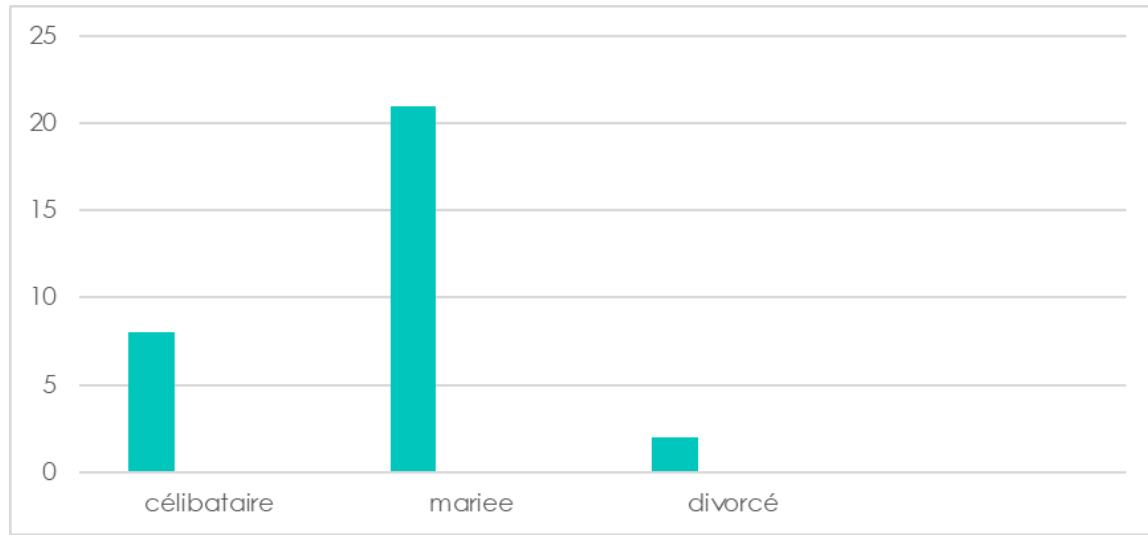
D'après notre enquête, la majorité des femmes entrepreneures se situent dans la tranche d'âge de 36 à 45 ans, représentant 53 % de l'échantillon. Cela confirme que cette période de la vie est souvent perçue comme propice à la création d'entreprise, probablement en raison d'une meilleure stabilité personnelle, d'une expérience professionnelle consolidée et d'un certain capital économique et social. La tranche des 46 ans et plus arrive en deuxième position avec 27 %, ce qui reflète la volonté de nombreuses femmes de concrétiser un projet personnel à un âge plus avancé. La tranche des (25-35) ans ne représente que 17 %, tandis que les femmes de moins de 25 ans sont très peu nombreuses (3 %). Cela peut s'expliquer par le manque d'expérience et de ressources financières à cet âge.

1.2. La situation familiale

Dans l'analyse de la situation familiale des femmes entrepreneures, nous allons examiner leur statut matrimonial ainsi que le nombre d'enfants à charge.

1.2.1. Le statut matrimonial :

L'objectif de cette analyse est de comprendre les caractéristiques du milieu familial de ces femmes. La figure ci-dessous illustre les résultats obtenus.

Figure N°2 : La situation familiale des femmes lors de la création de leur entreprise

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Les données révèlent que la majorité des femmes entrepreneures étaient mariées au moment de la création de leur entreprise. Comme le montre la barre très élevée pour la catégorie "mariée", cela pourrait indiquer que le soutien du conjoint ou la stabilité financière du mariage peut jouer un rôle dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin. Cela peut également s'expliquer par la nécessité de contribuer aux dépenses du foyer familial, notamment lorsque le salaire du conjoint est insuffisant. Ainsi le mariage ne semble pas constituer un frein à la création d'entreprise par les femmes. En revanche, les catégories "célibataire" et "divorcée" présentent des pourcentages nettement plus faibles, ce qui pourrait suggérer qu'elles rencontrent davantage de difficultés pour créer leur propre entreprise, peut-être en raison de contraintes financières ou de l'absence de soutien moral, social ou économique.

1.2.2. Nombre d'enfants

Tableau N°1 : Répartition des femmes selon le Nombre d'enfants à charge

Nombre d'enfants	Effectif
Femmes avec enfants à charge	24
Femmes sans enfants à charge	6

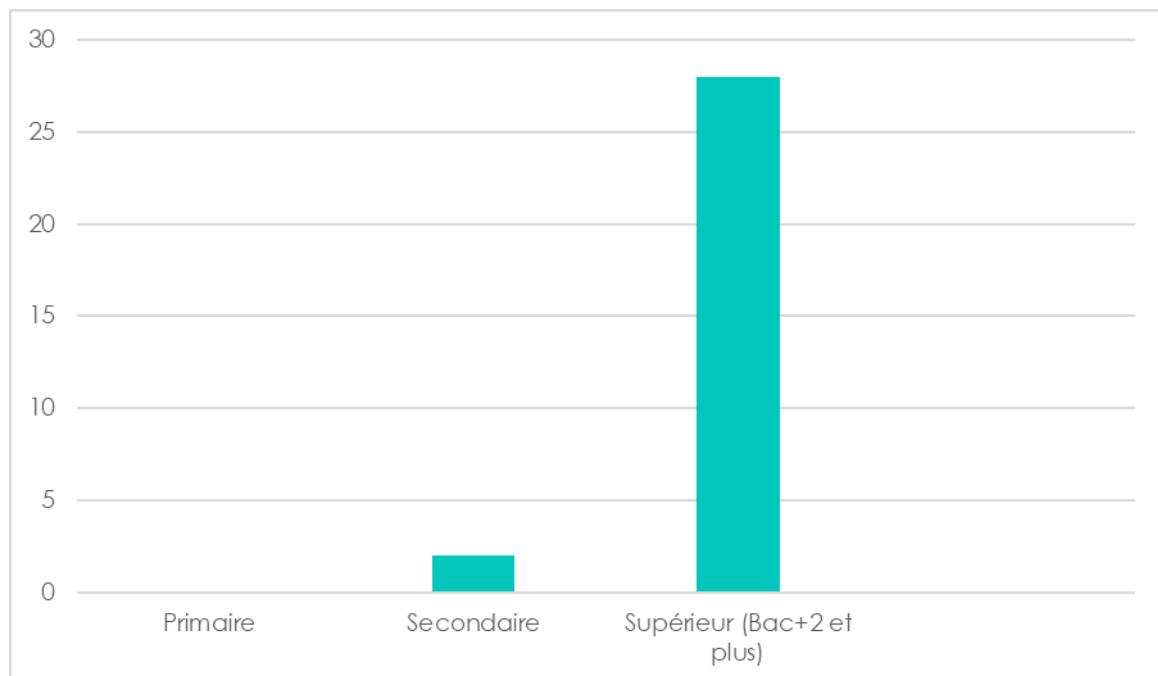
Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Le tableau montre que 24 femmes entrepreneures sur 30 ont des enfants à charge. Cela signifie que la grande majorité des femmes entrepreneures sont également mères. Ce résultat suggère que le fait d'avoir des enfants ne constitue pas nécessairement un frein à l'entrepreneuriat. En effet, ces femmes parviennent à concilier responsabilités familiales et activités économiques, ce qui témoigne de leur capacité d'adaptation et de résilience.

1.3. Niveau d'instruction

À la question : Quel est votre niveau d'instruction ? Voici les réponses données.

Figure N°3 : Niveau d'instruction des femmes entrepreneurs enquêtées.



Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Les résultats indiquent que la majorité des femmes entrepreneures possèdent un niveau d'instruction universitaire. À mesure que le niveau d'instruction diminue, le nombre de femmes entrepreneures diminue également.

Les femmes sans diplôme ou ayant seulement un niveau primaire sont les moins nombreuses à entreprendre.

Ces résultats soulignent l'importance du niveau d'instruction dans l'entrepreneuriat féminin. Celles ayant atteint un niveau d'éducation supérieur semblent davantage enclines à créer et gérer une entreprise. Cela peut s'expliquer par plusieurs éléments :

*Une formation universitaire permet d'acquérir des compétences et des connaissances utiles à la réussite entrepreneuriale.

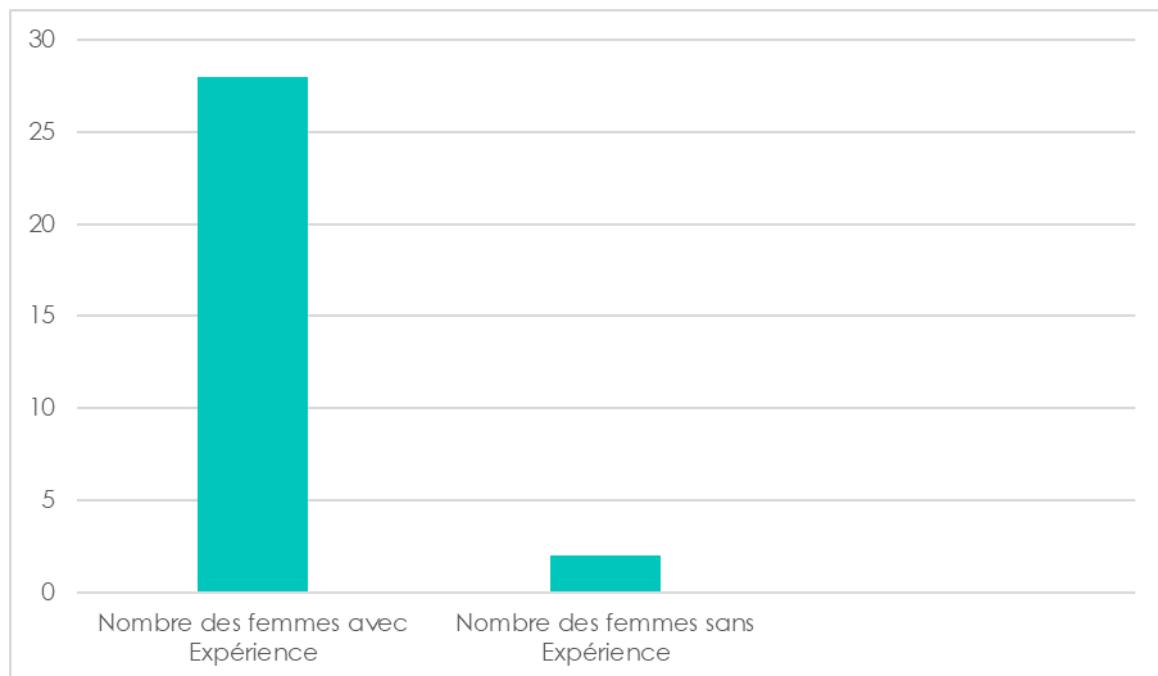
*Un niveau d'études élevé favorise la confiance en soi et l'ambition personnelle.

*L'enseignement supérieur offre souvent un meilleur accès aux réseaux professionnels et aux opportunités de financement.

1.4. Expérience professionnelle antérieure des femmes enquêtées.

L'expérience professionnelle antérieure joue un rôle important dans le choix du secteur d'activité.

Figure N°4 : Expérience professionnelle antérieure des femmes enquêtées.



Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Le nombre de femmes ayant une expérience professionnelle antérieure est supérieur à celui des femmes sans expérience. En effet, 28 femmes disposent d'une expérience professionnelle, contre 2 femmes qui n'en ont pas.

D'après ces résultats, il semble que la majorité des femmes ont déjà exercé une activité professionnelle. Cela constitue un atout pour les entreprises, car les employés expérimentés sont souvent plus productifs et efficaces que ceux n'ayant aucune expérience.

2. Les caractéristiques des entreprises

Afin de mieux comprendre les caractéristiques des entreprises dirigées par les femmes enquêtées, plusieurs éléments clés ont été recueillis à travers le questionnaire. Ces informations portent sur le secteur d'activité de l'entreprise, sa forme juridique, son ancienneté, ainsi que sa localisation géographique. Ces données permettent d'analyser la diversité des activités exercées, les types d'entreprises créées, la répartition territoriale, ainsi que le niveau de formation du tissu entrepreneurial féminin dans la wilaya de Bejaia.

2.1. Le secteur d'activité

Tableau N°2 : secteur d'activité de l'entreprise

Secteur	Effectif
commerce	10
Artisanat	11
Service	9
Industrie	0
Total	30

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Les résultats de l'enquête montrent une répartition relativement équilibrée entre les trois principaux secteurs d'activité. Le secteur de l'artisanat arrive en tête avec 11 entreprises, ce qui reflète une forte présence de femmes dans des activités manuelles et traditionnelles (comme la couture, la pâtisserie ou la réparation). Le secteur du commerce suit de près avec 10 entreprises, indiquant un intérêt notable pour les activités de vente et de distribution. Le secteur des services regroupe 9 entreprises, englobant des prestations comme les salons de coiffure, les crèches ou encore les pharmacies.

Enfin, aucune entreprise n'a été recensée dans le secteur industriel, ce qui souligne une absence d'investissement féminin dans ce domaine, souvent plus capitaliste et technique. Cette répartition met en évidence une tendance des femmes entrepreneures à s'orienter vers des

secteurs nécessitant peu de capital de départ et valorisant les compétences acquises dans le cadre domestique ou informel.

2.2. Le type d'entreprise

L'ensemble des femmes enquêtées ont opté pour la forme individuelle dans la création de leur entreprise (30 sur 30), tandis qu'aucune n'a choisi la forme sociétaire (SARL, SPA, etc.). Ce choix reflète une préférence pour la simplicité de gestion, l'autonomie, ainsi que la faiblesse des exigences administratives et financières. Cependant, l'absence de structures sociétaires peut limiter les perspectives de développement et de croissance à long terme.

2.3. L'année de création

L'analyse de l'ancienneté des entreprises permet d'évaluer leur maturité et de distinguer entre les nouvelles initiatives et les projets déjà établis.

Tableau N°3 : Année de création de l'entreprise.

Période	Fréquence
Moins de 1ans	2
1 – 3 ans	4
4 – 5 ans	7
Plus de 5 ans	17
Total	30

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Ce tableau montre la répartition des entreprises selon leur réelle ancienneté. On constate que la majorité des entreprises interrogées ont été créées depuis plus de cinq ans. Cela indique une présence importante d'entreprises relativement anciennes dans la région étudiée. À l'inverse, le nombre d'entreprises nouvellement créées (moins d'un an) reste faible. Cette répartition peut refléter une certaine stabilité économique locale, mais aussi un renouvellement entrepreneurial encore limité.

2.4. Localisation de l'entreprise.

La localisation géographique d'une entreprise joue un rôle essentiel dans sa stratégie de développement.

Tableau N°4 : localisation géographique des entreprises enquêtées.

Localisation	Nombre d'entreprises
Bejaïa Ville	10
Autres communes de la Willaya	20
Total	30

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

La majorité des entreprises enquêtées (20 sur 30) sont localisées dans des communes en dehors de la ville de Bejaïa.

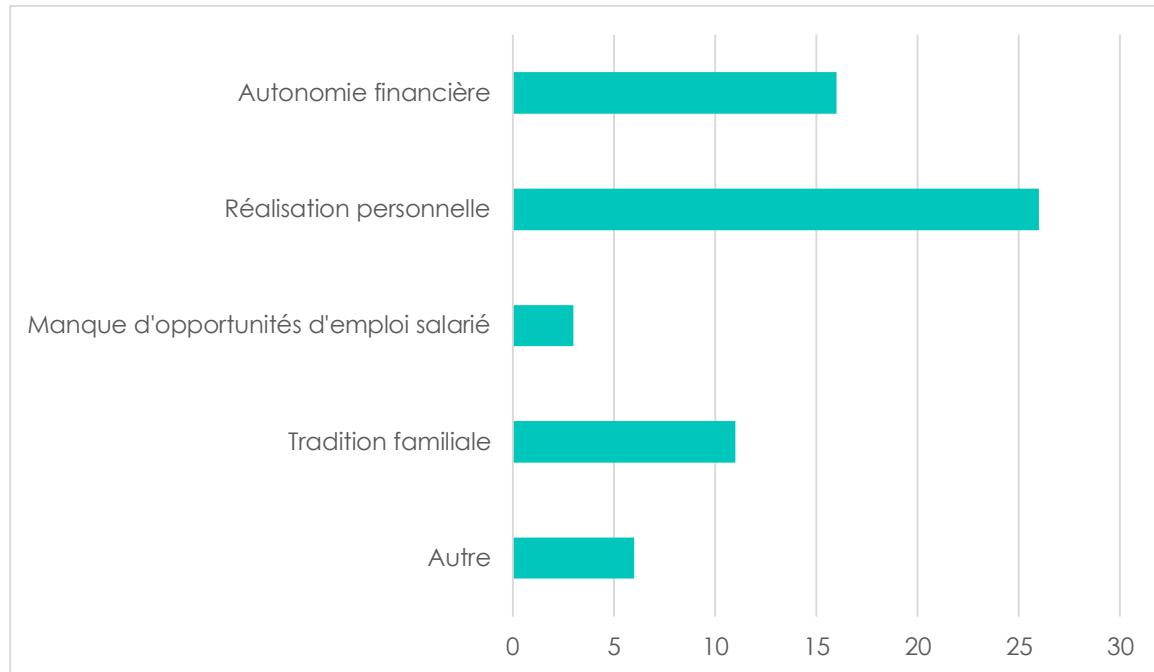
Cette concentration hors du centre urbain montre une dynamique entrepreneuriale intéressante dans les zones périphériques. Souvent motivée par la proximité du domicile, les coûts réduits et les opportunités locales, cette tendance souligne l'importance croissante du rôle des communes rurales dans le développement économique local.

3. Les Motivations et L'accompagnement dans le parcours entrepreneuriat des femmes enquêtées

Deux dimensions clé ont été explorées : d'une part, les motivations principales à l'origine de l'initiative entrepreneuriale ; d'autre part, la présence ou l'absence d'accompagnement dans le développement de leur projet. Ces éléments nous offrent un éclairage pertinent sur les dynamiques individuelles et institutionnelles qui façonnent l'entrepreneuriat féminin local.

3.1. Motivation à l'entrepreneuriat

Afin de mieux comprendre les facteurs qui incitent à la création d'entreprise, une question a été posée aux enquêtés sur leurs principales motivations. Les résultats sont présentés dans la figure suivante.

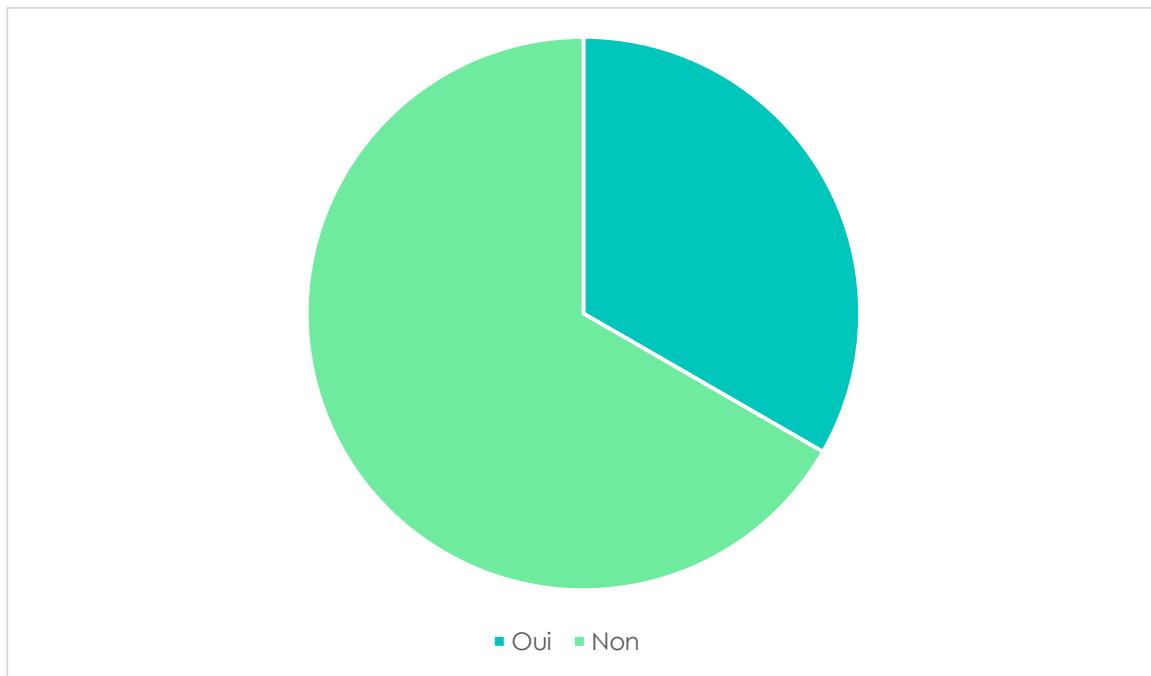
Figure N°5 : Les principales motivations des entrepreneurs interrogés.

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Nous constatons que la réalisation personnelle est de loin la motivation la plus importante, représentant la moitié des réponses. L'autonomie financière vient ensuite, soulignant un désir de liberté économique. La tradition familiale joue également un rôle non négligeable, traduisant une transmission de l'esprit entrepreneurial. Les motivations contraintes, comme le manque d'opportunités salariales, sont très peu représentées, ce qui indique que l'entrepreneuriat est principalement un choix positif et volontaire.

3.2. L'accompagnement dans le parcours entrepreneurial

Dans le cadre de notre enquête, nous avons posé la question suivante aux femmes entrepreneures : « Avez-vous bénéficié d'un accompagnement dans votre parcours entrepreneurial ? »

Figure N°6 : Accompagnement des femmes entrepreneures dans leur parcours

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Les résultats montrent que, sur un échantillon de 30 répondantes : 10 femmes ont répondu « Oui », indiquant qu'elles ont reçu un accompagnement. 20 femmes ont répondu « Non », n'ayant pas bénéficié de soutien.

Types d'accompagnement mentionnés par les répondantes Pour celles ayant répondu « Oui », les sources d'accompagnement spécifiées incluent :

La famille : un soutien de proximité, tant sur le plan financier qu'émotionnel et pratique. L'ANDE (Agence Nationale pour le Développement de l'Entrepreneuriat) : un accompagnement institutionnel incluant des formations, des conseils et un accès à des ressources spécifiques pour le développement de l'entreprise.

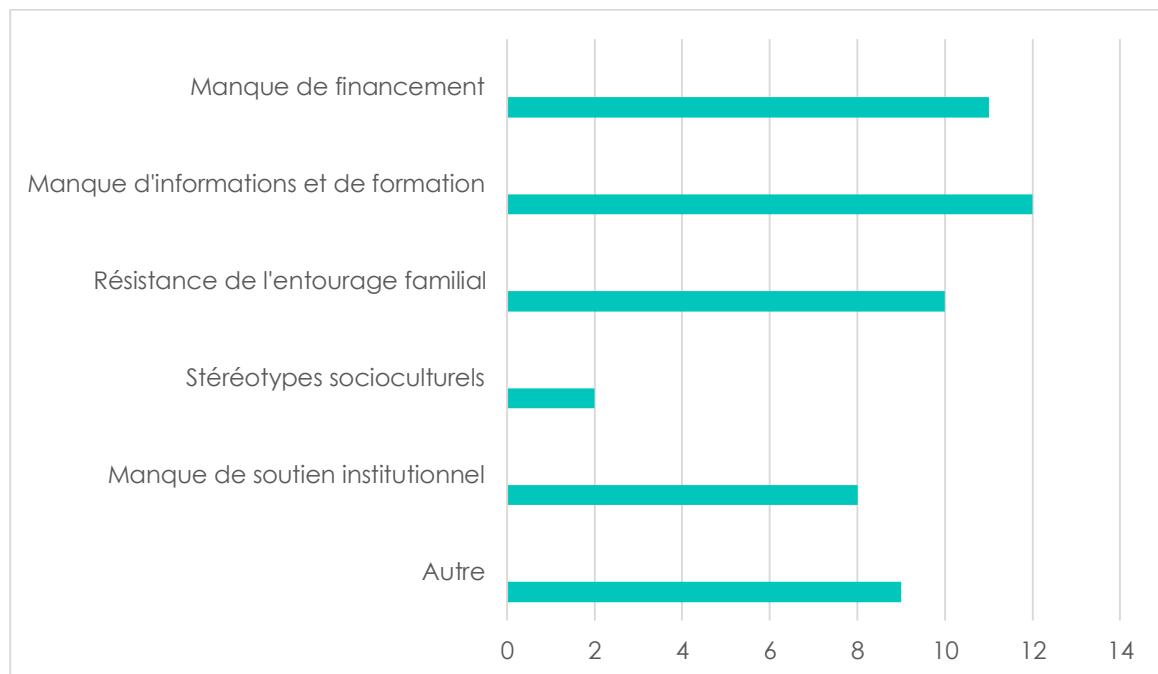
L'accompagnement aide beaucoup à construire et développer un projet entrepreneurial. Mais beaucoup de femmes ont du mal à accéder aux aides disponibles, souvent par manque d'information. La majorité commencent leur activité sans soutien. Cela peut réduire leurs chances de réussite. Il est donc important de mieux faire connaître les aides, de les rendre plus accessibles et adaptées aux besoins des femmes entrepreneures.

4. Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin et les besoins en accompagnement

Deux autres aspects fondamentaux ont été examinés dans le cadre de notre enquête : d'une part, les obstacles rencontrés par les femmes lors de la création de leur entreprise ; d'autre part, les besoins en accompagnement identifiés pour surmonter ces difficultés.

4.1. Obstacles à la création de l'entreprise :

Les femmes entrepreneures rencontrent de nombreux obstacles qui freinent le développement de leur activité. Les données issues d'une enquête révèlent les principales difficultés mentionnées par les répondantes lors de la création de leur entreprise.

Figure N°7 : obstacles à la création entreprises chez les Femmes entrepreneurs.

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Parmi ces résultats, il ressort que le manque de financement constitue le principal frein à la création d'entreprise pour les femmes. Le manque d'accès à l'information et à la formation représente également un obstacle important, empêchant de nombreuses femmes de structurer leur projet de manière efficace.

Par ailleurs, la pression familiale ou le manque de soutien des proches est un facteur socio-économique et émotionnel qui affecte la confiance et la stabilité des entrepreneures. Bien que

moins cité, le poids des stéréotypes socioculturels reste présent et témoigne des représentations encore ancrées dans certains milieux.

Enfin, le manque de soutien institutionnel montre une déconnexion entre les besoins réels des femmes entrepreneures et les dispositifs existants.

4.2. Identification des besoins en accompagnement des Femmes entreprenant

D'après notre enquête, les femmes interrogées ont exprimé divers besoins en matière de soutien et d'accompagnement pour réussir dans leur projet entrepreneurial. Leurs réponses se répartissent comme suit.

Tableau N°5 : soutien les plus utiles par les Femmes interrogées.

Types de soutien ou L'accompagnement	Nombre de Femmes ayant répondu
Formation en gestion d'entreprise	14
Accès facilité au financement	10
Réseautage et mentorat	3
sensibilisation de l'entourage	12
Autre	5

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

***Formation en gestion d'entreprise :** 14 femmes veulent apprendre à mieux gérer leur entreprise. Elles ont besoin de formations pratiques pour réussir leurs projets.

* **Sensibilisation de l'entourage :** 12 femmes disent que leur entourage ne les soutient pas assez. Il faut informer les familles et les communautés pour qu'elles encouragent les femmes.

***Accès au financement :** Le manque d'argent est un problème important. Les femmes ont besoin de prêts ou d'aides pour commencer ou développer leur activité.

* **Réseautage et mentorat :** 3 femmes ont parlé de mentorat. C'est utile, cela aide à partager des idées.

***Autres types de soutien :** 5 femmes ont d'autres besoins comme un local, de l'aide pour les papiers ou pour s'occuper des enfants.

5. Perspectives d'avenir et attentes des femmes entrepreneures

Dans cette dernière partie de notre enquête, nous avons cherché à comprendre comment les femmes entrepreneures envisagent l'avenir de leur activité. Nous nous sommes aussi intéressés à leurs attentes vis-à-vis des pouvoirs publics et des institutions locales. Cela permet de mieux connaître leurs projets, leurs ambitions, mais aussi les soutiens qu'elles jugent importants pour continuer à développer leur entreprise.

5.1. Intentions d'élargissement ou de diversification des activités chez les femmes entrepreneures

Cette partie cherche à savoir ce que les femmes entrepreneures veulent faire à l'avenir avec leur activité. Elle regarde si elles souhaitent l'agrandir ou changer certaines choses, et comment elles comptent le faire.

Tableau N°06 : perspectives d'élargissement ou de diversification des activités chez les femmes entrepreneures.

Réponse	Nombre de femmes
Oui Envisagent de diversifier	22
Non Ne souhaitent pas diversifier	8
Total	30

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Le Tableau montre que la majorité des femmes (20 sur 30) souhaitent faire évoluer leur activité dans les prochaines années, tandis que les autres préfèrent la maintenir telle qu'elle est.

Parmi celles qui veulent évoluer, plusieurs idées sont proposées :

*Élargir le lieu de travail pour avoir plus d'espace.

*Diversifier leurs produits ou services pour toucher plus de clients.

*Faire une extension pour créer un atelier ou augmenter la production.

*Améliorer leur marque et renforcer leur présence en ligne (site internet, réseaux sociaux).

*Travailler avec des partenaires pour développer leur activité.

*Participer à des événements pour se faire connaître et vendre à l'international.

5.2. Attentes des femmes entrepreneures vis-à-vis des acteurs publics :

À travers les entretiens menés avec plusieurs femmes entrepreneures, un ensemble d'attentes précises à l'égard des pouvoirs publics et des institutions locales a émergé. Ces attentes traduisent le besoin d'un environnement plus favorable, inclusif et équitable pour les femmes souhaitant entreprendre ou développer leurs activités économiques.

Les principales attentes exprimées se regroupent autour de plusieurs thématiques majeures :

- **L'accompagnement et la formation** : à travers des dispositifs mieux adaptés aux réalités des femmes entrepreneures.
- **L'accès au financement** : qui demeure l'un des freins les plus importants à la création et à la pérennisation des entreprises portées par des femmes.
- **Le réseautage et la visibilité** : pour leur permettre de se connecter à des opportunités, des partenaires et des marchés.
- **Un environnement institutionnel plus souple et plus équitable** : avec des démarches simplifiées et des politiques publiques adaptées.
- **La conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle** : souvent plus complexe pour les femmes entrepreneures.

Donc, ces attentes sont synthétisées dans le tableau suivant :

Tableau n° 07 : Synthèse des attentes des femmes entrepreneures par thématiques :

Catégorie	Attentes exprimées
1. Accompagnement et formation	<ul style="list-style-type: none">-Formation professionnelles adaptées.-Centres d'accompagnement spécifiques.-Programmes de gestion et de marketing.-Mentorat individualisé.-Structures communales d'orientation sociale.
2. Accès au financement	<ul style="list-style-type: none">-Financement des nouveaux projets.-Guichets uniques pour un accès simplifié.-Budgets réservés aux femmes entrepreneures.

Chapitre III : l'Entreprenariat Féminin cas de la wilaya de Bejaia

	<ul style="list-style-type: none"> -Soutien bancaire et subventions adaptées.
3.Allègement administratif et soutien public	<ul style="list-style-type: none"> -Simplification des démarches administratives. -Réduction des exigences réglementaires. -Allègement fiscal pour les petites entreprises. -Priorité d'accès des femmes aux marchés publics.
4.Conditions de travail et logistique	<ul style="list-style-type: none"> -Meilleurs lieux de travail adaptés. -Accès à du matériel professionnel. -Sécurité des commerces. -Appui au recrutement. -Amélioration du service client et accessibilité des prix.
5.Sensibilisation et valorisation	<ul style="list-style-type: none"> -Compagnies contre les stéréotypes de genre. -Education à l'égalité. -Valorisation des projets portés par des femmes. -Visibilité dans les médias et événements publics.
6.Motivation,loisirs et bien-être	<ul style="list-style-type: none"> -Accès aux loisirs et aux voyages pour renforcer la motivation. -Prise en compte du bien-être global des entrepreneures.

Source : Réalisé par nous-mêmes sur la base des données collectées de notre enquête à Bejaïa, 2025.

Conclusion

Cette étude nous a permis de mieux comprendre la réalité des femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia. Grâce à l'enquête menée, nous avons identifié leur profil, leurs motivations, les obstacles qu'elles rencontrent, ainsi que leurs attentes pour l'avenir.

La plupart des femmes interrogées sont âgées de plus de 30 ans, mariées et diplômées. Elles créent surtout de très petites entreprises individuelles, dans des secteurs comme la coiffure, la couture ou la garde d'enfants. Elles choisissent l'entrepreneuriat pour être indépendantes, mieux gérer leur temps et réaliser leurs objectifs personnels.

Cependant, elles rencontrent plusieurs difficultés, notamment le manque de financement, le manque d'accompagnement, les stéréotypes sociaux et parfois le peu de soutien de leur entourage. Malgré cela, elles restent motivées et engagées dans leur projet.

Les femmes entrepreneures ont aussi exprimé des attentes précises envers les pouvoirs publics : elles demandent plus de formations adaptées, un meilleur accès aux financements, des démarches administratives plus simples, ainsi que plus de visibilité et de reconnaissance.

Pour conclure, il est important de mettre en place des politiques de soutien concrète et accessibles pour encourager et accompagner l'entrepreneuriat féminin. Cela permettra non seulement de renforcer l'économie locale, mais aussi de valoriser pleinement le potentiel des femmes dans la société.

Conclusion générale

Conclusion générale

À l'issue de cette étude consacrée à l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia, plusieurs constats importants ont émergé, mettant en lumière à la fois les avancées, les limites et les perspectives de développement pour les femmes entrepreneures dans cette région. Malgré une croissance relative de l'entrepreneuriat féminin ces dernières années, leur représentativité reste faible, avec moins de 10 % des entreprises créées par des femmes. Ces dernières dirigent essentiellement de très petites entreprises (TPE), actives dans des secteurs à faible capital, tels que les services ou l'artisanat, ce qui reflète une insertion encore précaire dans l'écosystème entrepreneurial national.

L'analyse de notre enquête montre que la majorité des femmes entrepreneures sont âgées de plus de 30 ans, mariées, souvent mères de famille, et dotées d'un niveau d'instruction élevé. Leur profil démontre un potentiel humain important, mais encore insuffisamment valorisé. La majorité d'entre elles déclarent avoir créé leur entreprise par opportunité, mais cette opportunité est souvent liée à une insatisfaction professionnelle ou à un besoin de sécurité financière. Cela révèle la complexité des motivations entrepreneuriales féminines, qui ne peuvent être réduites à une seule typologie. L'approche dichotomique « push vs pull » montre ici ses limites, puisque de nombreux projets naissent d'un mélange de contrainte et de volonté de réussir.

Les difficultés rencontrées par ces femmes sont principalement d'ordre structurel : accès limité aux financements, lourdeurs administratives, manque de visibilité des dispositifs d'accompagnement, et parfois manque de réseau professionnel. En revanche, la majorité d'entre elles ne perçoivent pas de discriminations spécifiques liées à leur genre. Cela peut s'expliquer par une meilleure acceptation sociale de l'entrepreneuriat féminin ou encore par la capacité d'adaptation des femmes aux contraintes générales de l'environnement entrepreneurial.

Cependant, il est important de ne pas négliger les freins invisibles ou indirects : stéréotypes sociaux, surcharge des responsabilités familiales, manque de modèles féminins de réussite, et sous-représentation dans les réseaux économiques. Ces barrières doivent être adressées à travers des politiques publiques plus inclusives et des actions de sensibilisation à grande échelle.

L'entrepreneuriat féminin à Bejaia, bien qu'encore modeste, constitue un levier stratégique pour le développement économique local. Les femmes entrepreneures apportent une contribution réelle à la création de richesse, à la diversification des activités économiques et à

Conclusion générale

l'amélioration des conditions de vie de leurs familles. Leur engagement témoigne d'une volonté de changement et de progrès, qu'il est indispensable d'accompagner.

En conclusion, pour renforcer l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia, il est impératif de :

Simplifier les procédures administratives de création d'entreprise ;

Faciliter l'accès au financement, notamment à travers des lignes de crédit spécifiques pour les femmes ;

Renforcer les dispositifs de formation, de mentorat et de soutien ;

Promouvoir une image positive et moderne de la femme entrepreneure ;

Créer un environnement propice à la conciliation entre vie professionnelle et vie familiale.

Ce travail peut ainsi servir de base à des actions concrètes visant à lever les freins à l'entrepreneuriat féminin, tout en valorisant les initiatives déjà en place. Il ouvre également la voie à des recherches plus approfondies sur les dynamiques locales, sectorielles et culturelles influençant l'engagement des femmes dans l'économie, dans une perspective de développement équitable et durable.

Bibliographie

Liste bibliographique

1. Ouvrages (livres) :

- BOUFELDJA, Ghiat (2015). Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie. Editions Publibook, p. 83.
- CANTILLON R. (2011) Essai sur la nature du commerce en général, Ed. IN.E. D, Paris, P19.
- FILION L-J et FAYOLLE A. (2006). Devenir entrepreneur : des enjeux aux outils, Édition Village Mondial, P. 254.
- FILION, Louis Jacques (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances, P.19.
- LANCELIN, M. (1993). Quelques éléments de réflexion sur les problèmes d'épargne et de crédit. ED. AUREF-Paris.
- LAVOIE (1988). Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa.
- SAY J-B. (1972), cité par A. TOUNES, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept. IAE de Rosen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, p. 06.
- VERSTRAETE, T. (2000). Histoire d'entreprendre - les réalités de l'entrepreneuriat, Paris, Édition Management et Société, P12.

2. Revues / Articles scientifiques :

- BERREZIGA, A. (2014). « Les dix compétences de l'entrepreneur », Revue des réformes économiques et intégration dans l'économie mondiale, vol.8, n° 16, p 75-90.
- BIRLEY. S., Moss. C., Saunders P. (1987), « Do Women Entrepreneurs Require Different Training ? », Journal of Small Business Management, vol.25, n°1 , p.11-17.
- Christian Latouche. (2006). L'observatoire de l'entrepreneuriat féminin, FIDUCIAL, p.13.
- F.K. HIEN (2002). L'entrepreneuriat féminin au Burkina Faso : une étude exploratoire Septembre, p.15.
- H.H. STEVENSON & J.C. JARILLO. (1990). A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management, Strategic Management Journal, vol. 11, n°5, p.17-27.

- Hernandez V. (1997), « L'entrepreneuriat féminin en Afrique : une valorisation tardive », Revue Africaine de Sociologie, vol. 5, n°2, p.45-60.
- Hisrich R.D. Peters M.P. (1991). Entrepreneurs : Moving Front and Center -An Overview of Research and theory. Journal of Small business Management, volume 29, n°3, p.10.
- Legare M. H., Louise S. (2000). Portrait statistique des femmes entrepreneurs, HEC, Canada, p.17.
- L. Robert. (2003) Les femmes se prononcent : stratégies féministes d'entreprise pour les femmes francophones, Réseau femmes Colombie-Britannique Mai, p.13.
- MOUFDI, A. J. (2021). Regards croisés sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc, L'entrepreneuriat féminin en Afrique. p. 123-145
- OUSALEM A., KHEBBACHE K., BELATTAF M. (2015). Dynamique entrepreneuriale en Algérie et le rôle des politiques de promotion des PME, Revue Eco Nature N°1, p.50-65.
- Winn, j. (2005). Women entrepreneurs : Can we remove the barriers ? Academy of Management perspectives,19(2),41-44.
- Zouiten J., Levytadjine T. (2005). Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? IVe congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Paris, p.200-215.

3. Mémoires / Thèses

- Benlakehal, N., & Nassira A. (2019). L'entrepreneuriat : entre opportunités et défis – Étude de cas Maison Entrepreneuriat du Centre Universitaire de Tipaza.
- Cornillon, Émilie. L'entrepreneuriat féminin en France : état des lieux et perspectives, Mémoire de fin d'études, Université Robert Schuman, 2005.
- Souki, H. (2024). Cours d'entrepreneuriat : Module UET, Master 2 Management Marketing, Université Mouloud Mammeri.

4. Sites Web :

- <https://www.agiretentreprendre.fr/obstacles-entrepreneuriat-feminin> (consulté le 10 mai 2025)
- <http://www.enviedentreprendre.com> (consulté le 10 mai 2025)
- <https://www.fao.org/4/x0251f/x0251f01.htm> (consulté le 3 mai 2025)
- <https://www.femmesdelartisanat.com/conseil/les-specificites-de-lentrepreneuriat-feminin> (consulté le 15 avril 2025)
- <https://www.insee.fr/fr> (consulté le 4 mai 2025).

- <http://www.jentreprends.ca> (consulté le 10 avril 2025)
- <https://www.statista.com> (consulté le 7 mai 2025)
- <https://wikimemoires.net/2019/02/opportunites-et-contraintes-de-entrepreneuriat-feminin/> (consulté le 16 mai 2025)

5. Autres sources / données :

- Dictionnaire LAROUSSE. (Source lexicale)
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2024). Women's Entrepreneurship Report 2024/2025 : Inclusive, Equitable, Empowering. Global Entrepreneurship Research Association. Disponible sur : <https://www.gemconsortium.org>
- Informations obtenues auprès de l'agence ANGEM de Béjaïa (données institutionnelles/terrain)
- Organisation Internationale du Travail (OIT). (2019). Emploi et Questions sociales dans le monde : Tendances 2018. Genève : Organisation Internationale du Travail. Disponible sur : <https://www.ilo.org>

Annexes

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de G

Département des Sciences de gestion

Questionnaire :

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

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master option entrepreneuriat, au sein de l'université A. Mira de Béjaia, sous le thème de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Béjaia : motivations, obstacles et perceptions. nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Ce travail de recherche vise à explorer les facteurs influençant l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Béjaia. Il s'intéresse particulièrement aux motivations des femmes entrepreneurs, aux obstacles qu'elles rencontrent dans le parcours, ainsi qu'à leur perception des dispositifs d'accompagnement existants. Il s'agit également de mieux comprendre le profile personnel et entrepreneurial des femmes ayant créé ou dirigeant une entreprise dans la région.

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

Merci de votre collaboration.

Questionnaire préparé par l'étudiante : SALHI Zoubida

Encadrée par l'enseignant : Mme KENNOUCHE Samia

Année universitaire 2024/2025

Questionnaire : L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia

Section 1 : Informations générales

1. Age :

- Moins de 25 ans
- 25-35 ans
- 36-45 ans
- 46 ans et plus

2. Situation matrimoniale :

- Célibataire
- Marié
- Divorcée
- Autre :

3. Nombre d'enfants :

- Aucun
- 1-2
- 3-4
- 5 et plus

4. Niveau de formation :

- Primaire
- Secondaire
- Supérieur (Bac +2 et plus)

5. Expérience professionnelle avant la création de l'entreprise :

- Qui
- Non

Section 2 : Profil entrepreneurial

1. Secteur d'activité de votre entreprise :

- Commerce

- Artisanat
- Services
- Industrie
- Autre :

2. Type d'entreprise :

- Individuelle
- Sociétaire (SARL, SPA, etc.)

3. Année de création de l'entreprise :

- Moins de 1 ans
- 1-3ans
- 4-5 ans
- Plus de 5 ans

4. Localisation de l'entreprise :

- Bejala-ville
- Autre commune de la wilaya

Section 3 : Motivations

1. Quelles sont vos principales motivations pour entreprendre ?

(Cochez tout ce qui s'applique)

- Autonomie financière
- Réalisation personnelle
- Manque d'opportunités d'emploi salarié
- Tradition familiale
- Autre :

2- Avez-vous bénéficié d'un accompagnement dans votre parcours entrepreneurial

- Oui
- Non
- Si oui, précisez :

Section 4 : Obstacles rencontrés

1. Quels obstacles avez-vous rencontrés lors de la création de votre entreprise ?

(Cochez tout ce qui s'applique)

- Manque de financement
- Manque d'informations et de formation
- Résistance de l'entourage familial
- Stéréotypes socioculturels
- Manque de soutien institutionnel
- Autre :

2. Quels types de soutien ou d'accompagnement seraient les plus utiles pour vous ?

- Formation en gestion d'entreprise
- Accès facilité au financement
- Réseautage et mentorat
- Sensibilisation de l'entourage
- Autre :

Section 5 : Perspectives**1. Envisagez-vous d'élargir ou de diversifier votre activité dans les prochaines années**

- Oui
- Non
- Si oui, comment ?.....

2. Quelles sont vos attentes vis-à-vis des pouvoirs publics et des institutions locales pour soutenir l'entrepreneuriat féminin ?

.....

.....

.....

.....

Table de matières

Remerciements	
Dédicaces	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Liste des abréviations	
Introduction générale.....	P.01
Chapitre I : l'entrepreneuriat, concepts et définitions	
Introduction.....	P.04
Section 01 : éléments de base sur l'entrepreneuriat	P.04
1. Définition de l'entrepreneuriat.....	P.04
2. les paradigmes de l'entrepreneuriat.....	P.05
3. les approches théoriques de l'entrepreneuriat.....	P.06
4. Les formes de l'entrepreneuriat.....	P.07
5. L'importance de l'entrepreneuriat.....	P.09
Section 02 : l'entrepreneure.....	P.09
1. Définition de l'entrepreneure.....	P.10
2. Caractéristiques essentielles d'un entrepreneur	P.10
3. Compétences clés pour réussir en tant qu'entrepreneur.....	P.11
4. la féminisation de l'entrepreneuriat (la théorie de genre)	P.12
Conclusion.....	P.13
Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin concepts et réalités	
Introduction.....	P.14
Section 01 : Définitions et caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin	P.14
1.Définitions de la femme entrepreneure	P.14
2. Caractéristiques des femmes entrepreneures	P.15
2.1. L'âge de la femme entrepreneure et sa carrière	P.15
2.2. La formation	P16

2.3. L'influence familiale	P.17
2.4. L'expérience	P.17
3. Motivations et obstacles des femmes entrepreneures	P.17
3.1. Motivations des femmes entrepreneures	P.17
3.1. 1 La catégorie push	P.18
3.1.2. La catégorie pull	P.18
3. 2. Obstacles des femmes entrepreneures	P.19
Section 02 : La réalité de l'entrepreneuriat féminin dans le monde et en Algérie.....	P.20
1. L'entrepreneuriat féminin à travers le monde.....	P.20
2. L'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	P.21
3. Dispositifs de soutien et de financement des PME/TPE.....	P.21
Conclusion.....	P.23
Chapitre III : l'entrepreneuriat féminin cas de la wilaya de Béjaia	
Introduction.....	P.24
Section 01 : La démarche méthodologique de l'enquête de terrain.....	P.24
1. Méthodologie de travail : Notre travail est structuré comme suit	P.24
1.1. Objectifs de l'enquête de terrain	P.24
1.2. Elaboration du questionnaire	P.24
1.3. Déroulement de l'enquête	P.25
1.4. Le choix et la taille de l'échantillon	P.26
1.5. La technique de traitement des questionnaires	P.26
Section 02 : présentation et interprétation des résultats de l'enquête.....	P.26
1. Les caractéristiques personnelles : Profil des femmes entrepreneures enquêtées.P.26	
1.1 : L'âge des femmes à la création.....	P.26
1.2. La situation familiale.....	P.27
1.2.1. Le statut matrimonial	P.27
1.2.2. Nombre d'enfants.....	P.28
1.3. Niveau d'instruction.....	P.29
1.4. Expérience professionnelle antérieure des femmes enquêtées.....	P.30
2. Les caractéristiques des entreprises.....	P.30
2.1. Le secteur d'activité.....	P.31

2.2. Type d'entreprise.....	P.31
2.3. L'année de création.....	P.32
2.4. Localisation de l'entreprise.....	P.32
3. Les Motivations et L'accompagnement dans le parcours entrepreneuriat des femmes enquêtées.....	p.33
3.1. Motivation à l'entrepreneuriat.....	P.33
3.2. L'accompagnement dans le parcours entrepreneurial.....	P.34
4. Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin et les besoins en accompagnement.....	p.35
4.1. Obstacles à la création de l'entreprise	P.35
4.2. Identification des besoins en accompagnement des Femmes entreprenant.....	P.36
5. Perspectives d'avenir et attentes des femmes entrepreneures.....	p.37
5.1. Intentions d'élargissement ou de diversification des activités chez les femmes entrepreneures.....	P.37
5.2. Attentes des femmes entrepreneur vis-à-vis des acteurs publics.....	P.37
Conclusion.....	P.38
Conclusion générale	P.40
Bibliographie	
Annexes	

RESUME

L'entrepreneuriat féminin connaît un intérêt croissant, tant sur le plan académique qu'économique, en raison de son rôle essentiel dans le développement socio-économique. Cette étude se focalise sur la wilaya de Béjaïa, en Algérie, à travers une enquête menée auprès de 30 femmes entrepreneures. L'objectif principal est d'identifier les motivations, profils, obstacles, types de soutien, ainsi que les perspectives futures de ces femmes.

Les résultats montrent que les motivations principales à entreprendre incluent l'autonomie financière, la réalisation personnelle, et le manque d'opportunités d'emploi salarié. Les secteurs d'activité sont variés : commerce, artisanat, services et industrie, avec une majorité d'entreprises de type individuel. La plupart des entrepreneures ont un niveau de formation supérieur et une expérience professionnelle préalable. Parmi les obstacles rencontrés, on retrouve principalement le manque de financement, l'insuffisance d'information et de formation, les stéréotypes socioculturels, la résistance familiale.

Mots clés : Entrepreneuriat féminin, motivations, obstacles, femmes entrepreneures, perspectives,

ABSTRACT

Female entrepreneurship is gaining increasing attention in both academic and economic spheres due to its crucial role in socio-economic development. This study focuses on the wilaya of Béjaïa, Algeria, through a survey conducted with 30 women entrepreneurs. The main objective is to identify their motivations, profiles, obstacles, types of support, and future perspectives.

The findings reveal that the primary motivations for starting a business include financial independence, personal fulfillment, and the lack of salaried job opportunities. The business sectors are diverse, including commerce, crafts, services, and industry, with most enterprises being individually owned. The majority of respondents have a higher education level and previous work experience. The main obstacles faced by these women are lack of funding, insufficient information and training, socio-cultural stereotypes, family resistance, of

Keywords : Female entrepreneurship, motivations, obstacles, women entrepreneurs, perspectives.