

Université A. MIRA – BEJAIA



Sciences économiques, sciences de gestion, sciences commerciales

Département sciences de Gestion

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention d'un diplôme de Master en science de gestion

Option : *Entrepreneuriat*

1

Thème :

L'engagement entrepreneurial des femmes algériennes dans la création de startups : Dynamiques, Défis et perspectives.

Réalisé par :

Djenadi Macissilia.

Encadrée par :

Mme BAGDI AICHA.

Promotion : Juin 2025.

Remerciement

Avant tout, j'adresse ma profonde gratitude à Dieu, dont la grâce m'accompagné tout au long de ce travail, m'inspirant courage, patience et persévérance jusqu'à son aboutissement.

Je souhaite exprimer ma reconnaissance à toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Mes remerciements vont tout particulièrement à Madame BAGDI AICHA, mon encadrante, pour sa disponibilité constante, ses conseils avisés et l'attention qu'elle a portée à ma progression durant cette recherche.

Je tiens également à remercier l'ensemble des enseignants et encadrants du Master, pour la qualité de leur enseignement et leur accompagnement précieux tout au long de ma formation.

Ma gratitude s'étend aux femmes qui ont généreusement pris le temps de répondre à mon questionnaire. Leur contribution a été essentielle à la concrétisation de mon étude. Je remercie aussi toutes les personnes ayant participé à la phase de collecte des données. Enfin, j'exprime ma reconnaissance la plus sincère à ma famille et mes proches, pour leur soutien, leur patience et leurs encouragements tout au long de ce parcours.

Liste des abréviations :

AFEA : Association des Femmes Entrepreneurs d'Algérie

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

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Microcrédit

ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ancienne appellation de l'ANADE)

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

NBA : Nissaa Business Angels

ONG : Organisation Non Gouvernementale

SEVE Algérie : Association des femmes algériennes chefs d'entreprises

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

WBN: Women's Business Network

WOMWORK: Incubateur féminin Algérien "WomWork by The Annex DZ"

Liste des figures :

Figure N°01 : L'âge.....	35
Figure N°02 : Niveau d'étude.....	36
Figure N°03 : Domaine d'étude.....	36
Figure N°04 : Situation familiale.....	37
Figure N°05 : La répartition géographique.....	37
Figure N°06 : Milieu de résidence.....	38
Figure N°07 : Expérience professionnelle ultérieure.....	39
Figure N°08 : l'émergence de l'idée de création de startups chez les femmes.....	39
Figure N°09 :Stade de développement des startups.....	40
Figure N°10 : Secteurs d'activité des startups de l'enquête	41
Figure N°11 : Choix du secteur d'activité.....	41
Figure N°12 : Répartition des secteurs d'activités par genre.....	42
Figure N°13 : Expérience professionnelle antérieur avant la création des startups.....	42
Figure N°14 : Nombre d'associés.....	43
Figure N°15 : Associés.....	43
Figure N°16 : Nombre d'employés dans votre startup (hors fondateurs)	44
Figure N°17 : Source de financement.....	45
Figure N°18 : Motivations à la création de startups.....	45
Figure N°19 :Les types d'accompagnements.....	47
Figure	
N°20 : Le recours au dispositif d'accompagnement entrepreneurial	48
Figure N°21 :Satisfaction des femmes entrepreneures face aux dispositifs d'appui	49
Figure N°22 : Rôle de l'entourage	49
Figure N°23 :Sources d'inspiration des femmes entrepreneures algériennes.....	50
Figure N°24 :Perception du soutien culturel.....	50
Figure N°25 :Appartenance à un réseau professionnel ou associatif féminin.....	51
Figure N°26 :Evènement professionnel.....	51
Figure N°27 :Gestion de l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle	52
Figure N°28 : Les obstacles rencontrés par les femmes créatrices de startups.....	53
Figure N°29 : Les stratégies adoptées.....	53
Figure N°30 : Perception des formes de discrimination	54

Figure N°31 : Types d'obstacles liées au genre	54
Figure N°32 : Evaluation des difficultés que rencontrent les femmes par rapport au hommes dans la création de startup	57

Liste des tableaux :

Tableau 01 : Programmes de soutien conçus pour accompagner les femmes algériennes à la création de startup.....	27
Tableau 02: Rôles des acteurs économiques et des institutions locales dont le soutien de startups.....	28
Tableau 03 : Stratégies de financement.....	28

Sommaire

Liste des figures

Liste des tableaux

Résumé

Introduction Générale.....09

Chapitre I :Concept théorique de l'entreprenariat féminin

Introduction.....14

Section01: Fondements théoriques de l'entreprenariat féminin.....15

Section 02 : Théorie approche fondatrice de l'entreprenariat féminin.....17

Conclusion.....20

Chapitre II: Engagement, défis et réussite des femmes entrepreneures créatrices de startups en Algérie

Introduction.....22

Section 01: Motivation et défis des femmes algériennes dans la création de start up.....24

Section 02: Impact du niveau d'éducation et des expériences professionnelles sur la création de start-up par des femmes algériennes.....25

Section 03: Dynamiques d'accompagnement et stratégies de réussite des femmes entrepreneures créatrices de startup.25

Conclusion.....31

Chapitre I11 : Etude exploratoire sur l'engagement entreprenariat des femmes Algériennes à créer des start-ups.

Introduction.....33

Section 01 : Méthodologie de recherche.....34

Section 02 : Résultats de la recherche : Analyse et traitement des données.....34

Conclusion.....59

Conclusion générale.....60

Bibliographie.

Table des matières.

Introduction générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat féminin a connu, au cours de ces dernières décennies, des transformations profondes sur les plans économique, social et comportemental à l'échelle mondiale. Il est désormais perçu comme un levier stratégique pour le développement économique et joue un rôle central dans l'autonomisation des femmes, ainsi que dans la transformation des structures sociales. En Afrique du Nord, et plus particulièrement en Algérie, l'entrepreneuriat féminin s'inscrit dans un contexte socio-économique en mutation, marqué par la diversification de l'économie nationale et par des politiques publiques qui encouragent l'initiative entrepreneuriale. Ce phénomène fait partie d'un processus plus large de réformes économiques et sociales visant à promouvoir l'innovation et à accroître la participation des femmes à la vie économique du pays.

En Algérie, un nombre croissant de femmes choisissent de se lancer dans l'entrepreneuriat, en particulier à travers la création de startups. Ce phénomène témoigne de l'évolution des mentalités et de l'émergence de nouvelles opportunités dans des secteurs variés. Toutefois, ces entrepreneures se confrontent à des défis importants, qui peuvent freiner leur épanouissement entrepreneurial. Néanmoins, certaines parviennent à surmonter ces contraintes grâce à des stratégies innovantes, en s'appuyant sur leurs compétences, leurs réseaux, leur entourage familial, ainsi que des programmes de soutien à l'entrepreneuriat. Ces trajectoires offrent un éclairage précieux sur les dynamiques qui sous-tendent la création et le développement de startups par des femmes en Algérie.

Ce mémoire vise à analyser en profondeur l'engagement entrepreneurial des femmes algériennes dans la création de startups, en mettant en lumière les différents facteurs qui influencent leur parcours. Il s'intéresse aux éléments qui motivent ces femmes à Entreprendre, aux obstacles spécifiques qu'elles rencontrent, aux dynamiques économiques et politiques dans lesquelles s'inscrit leur démarche, ainsi qu'aux caractéristiques personnelles et professionnelles susceptibles d'impacter leur réussite entrepreneuriale.

C'est dans cette perspective que nous avons posé la problématique de recherche suivante : **quels facteurs influencent l'engagement des femmes Algériennes dans la création de startups au regard des réalités de l'écosystème entrepreneurial actuel ?**

De manière plus détaillée, le travail s'articule autour des sous-questions suivantes :

- 1. Quelles sont les principales motivations qui poussent les femmes algériennes à se lancer dans l'entrepreneuriat ainsi que les stratégies adoptées par ces dernières ?**
- 2. Quelles dynamiques économiques et politiques influencent la création de startups par les femmes algériennes et leurs perspectives de succès ?**
- 3. Comment le niveau d'éducation et les expériences professionnelles antérieures des femmes algériennes impactent-ils leur capacité à créer et gérer des startups ?**
- 4. Quels sont les principaux secteurs d'activité dans lesquels les femmes algériennes choisissent de créer leurs startups, et comment ces choix reflètent-ils les réalités économiques et sociales du pays ?**
- 5. Quels sont les obstacles spécifiques auxquels font face les femmes algériennes lors de la création de startups ?**

En tant qu'étude exploratoire ce dernier vise à examiner en profondeur les déterminants et dynamiques qui influencent l'engagement des femmes algériennes dans la création de startups.

Afin d'apporter des réponses rigoureuses à la problématique posée, ce mémoire s'articule autour de quatre chapitres majeurs, combinant une approche théorique, analytique et empirique.

Le premier chapitre pose les fondements conceptuelles du sujet en abordant le cadre théorique de l'entrepreneuriat féminin. Il est structuré en deux sections. La première présente les principaux fondements de l'entrepreneuriat au féminin, à travers une définition précise du concept, l'identification de ses caractéristiques spécifiques, ainsi qu'un aperçu de son évolution à travers le temps. La seconde section explore les théories et approches fondatrices permettant de cerner les particularités de l'engagement entrepreneurial des femmes dans divers contextes socio-économiques.

Le deuxième chapitre, intitulé « *Engagement, défis et réussite des femmes entrepreneures créatrices de start-ups en Algérie* », traite des facteurs concrets qui influencent leur parcours entrepreneurial. Il explore d'abord les motivations profondes qui poussent les femmes algériennes à se lancer dans la création de start-ups. Il analyse ensuite les défis qu'elles rencontrent, qu'ils soient d'ordre socioculturel, financier ou structurel. Une attention particulière est portée à l'impact du niveau d'instruction et de l'expérience professionnelle sur leur réussite. Enfin, il met en lumière les dynamiques

d'accompagnements existants et les stratégies que ces femmes mettent en place pour assurer la pérennité de leurs projets.

Enfin, le troisième chapitre propose une étude exploratoire visant à illustrer les réalités du terrain. La première section est consacrée à la méthodologie de recherche mobilisée pour la collecte et l'analyse des données. La deuxième section présente un traitement statistique des données à l'aide de Google forms, afin de dégager des tendances et corrélations pertinentes. La troisième section offre une interprétation critique et une discussion approfondie des résultats obtenus, permettant ainsi de formuler une synthèse globale et d'ouvrir des pistes de réflexion pour des recherches futures.

Chapitre 01 :

Concepts théoriques de

l'entrepreneuriat féminin

Introduction chapitre 1 :

L'entrepreneuriat féminin est un champ d'études riche et complexe, intimement lié à un ensemble de définitions multiples et de spécificités variées. Ce premier chapitre cherche à poser les fondements théoriques de l'entrepreneuriat féminin à travers l'examen qui est fait des définitions et des caractéristiques qui le singularisent. En examinant les différentes approches académiques nous visant à établir un cadre de référence solide pour comprendre les dynamiques qui sous entant l'implication des femmes dans le monde des affaires. Par ailleurs, cette prise de vue met en lumière l'état des recherches et l'évolution de ce champ.

Section 01 : Fondement théorique de l'entreprenariat féminin

Dans cette première section ,nous explorons les principaux concepts théoriques liés à l'entrepreneuriat féminin , en commençant par une définition et caractéristiques

1.1.Définition et caractéristique de l'entreprenariat féminin :

En raison de l'existence d'une pluralité des écoles dépasser. Il est complexe d'établir une définition unique et consensuelle de la femme entrepreneur.

Selon la chercheuse et auteure Dina Lavoie(1988)¹ une femme entrepreneur est une femme qui, seul, ou avec des partenaires, a fondé, acheter ou accepter en héritage, une entreprise qui en assume les risques et les responsabilités financière, administrative et sociale et qui participe à sa gestion courante, en revanche, Madeleine Belcourt (1991)² définit elle, la femme entrepreneur, comme une femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise.

D'eux-mêmes, le groupe canadien de travail « Canadian working group woman entrepreneurs » (1980)³ a défini la femme entrepreneur comme une femme qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, qu'elle dirige de manière autonome et innovante, assumant la responsabilité des décisions économiques, administratives et sociales liées à la gestion d'entreprise.

1.2Caractéristique de l'entrepreneuriat féminin :

L'entrepreneuriat féminin ne se résume pas uniquement à une question de genre, mais renvoie à une configuration particulière de pratiques, de trajectoires et de choix stratégiques. Voici quelques-unes de ses caractéristiques ;

1.2.1. Un style de management collaboratif et participatif :

De nombreuses recherches soulignent que les femmes entrepreneures adoptent un style de gestion plus collaboratif, horizontal et fondé sur la communication. Elles privilégient souvent les relations humaines, la Co-construction, l'écoute active et la valorisation de

¹ Belcourt, M. *Female entrepreneurs as a new economic force*. Journal of Business Ethics, 10(5), 439–447. (1991).

² Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24. (2009).

³ Canadian Working Group on Women Entrepreneurs *Women entrepreneurs in Canada: Myths and realities*. Ottawa: Canadian Advisory Council on the Status of Women. . (1980).

l'équipe.⁴⁵ Ce style de leadership s'oppose à une vision plus traditionnelle, souvent perçue comme masculine, fondée sur l'autorité et la compétition. Il s'inscrit dans une logique de gestion éthique et durable, où la performance économique est pensée en lien avec le bien-être des collaborateurs.

1.2.2. Une orientation marquée vers la dimension sociale de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat féminin est aussi caractérisé par une forte sensibilité à l'impact social et sociétal. Beaucoup de femmes créent des entreprises avec une mission à la fois économique et sociale, que ce soit dans le domaine de l'économie solidaire, de l'environnement, de l'inclusion ou du développement local. Cette orientation peut s'expliquer par un rapport différent au sens du travail, mais aussi par une volonté de répondre à des besoins de la communauté ou à des problématiques insuffisamment traitées par l'économie classique.

1.2.3. Une approche prudente mais réfléchie de la prise de risque :

Sans entrer dans la question de la confiance en soi ou des freins, les études montrent que les femmes entrepreneures adoptent en général une approche plus prudente et méthodique de la prise de risque. Elles ont tendance à : analyser plus finement les conséquences, anticiper les impacts sur leur entourage et faire preuve d'une gestion plus rigoureuse des ressources. Cette prudence n'est pas une faiblesse, mais peut être interprétée comme une forme de stratégie visant à garantir la pérennité du projet

1.2.4. Une vision holistique de l'entreprise :

Enfin, les femmes entrepreneures sont souvent décrites comme adoptant une vision globale et intégrée de leur activité. Elles tendent à considérer l'entreprise comme un projet de vie où se croisent : les valeurs personnelles, les enjeux économiques, les responsabilités sociales, et parfois, les implications familiales ou culturelles. Cette vision est moins centrée sur la seule croissance financière et davantage orientée vers la durabilité et l'équilibre global du projet.

2. Evolution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin :

2.1. Depuis sa création en 1976 :

.⁴ Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage : An evaluation of the evidence. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 807–834.

(1980).

⁵ Moya, M., & Ferrer, E. (2013). Social psychology of gender in the workplace. In *Gender and leadership* (pp. 157–178). Springer

La recherche sur l'entreprenariat féminin a connu une expansion fulgurante, attirant de plus en plus l'attention des chercheurs.

En effet, l'article pionniers de Schwartz (1976)⁶ a permis d'en établir les bases en explorant les traits de personnalité, les motivations et les défis spécifiques des femmes entrepreneurs, tout en mettant en évidence des similitudes avec leurs homologues masculin ainsi qu'en soulignant les obstacles distincts auquel elles font faces notamment l'accès au financement frais dans leur réussite (Gomez et al .2014)⁷

2.2 Jennings et Brush :

Dans le cadre de leurs travaux, Jennings et Brush (2013)⁸ ont entrepris une analyse approfondie de six cents 30 publications scientifiques parues entre 1975 et 2012, afin de retracer l'évolution du champ de recherche relatif à l'entreprenariat féminin, et leurs multiples recherches ont mis en évidence trois grandes phrases

2.2.1. Phase d'émergence (1976-1985) : Cette phase initiale a été marquée par des travaux exploratoires décrivant les caractéristiques et les motivations des femmes entrepreneures, soulignant souvent leur différence par rapport aux hommes.

2.2.2. Phase de développement (1986-2000) : les études se multiplient, portant sur les facteurs de succès et les obstacles spécifiques rencontrés par les femmes entrepreneurs, comme la discrimination ou le manque de ressources.

2.2.3. Phase de maturité (2001-2012) : Cette phase se caractérise par un élargissement des thématiques de recherche, incluant notamment l'internationalisation, l'innovation et l'entrepreneuriat social féminin, tout en soulignant la diversité des profils de femmes entrepreneures et l'importance des contextes socioculturels.

2.3 Depuis 2013 : La recherche sur l'entreprenariat féminin n'a cessé de croître. Telles que l'entreprenariat féminin dans les économies en développement et l'entreprenariat féminin à l'ère numérique. Les travaux s'efforcent également de mieux comprendre les liens entre l'entreprenariat féminin et l'égalité des sexes, le développement économique et le bien-être sociétal.

⁶ Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship: A new female frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5(1), 47–76.

⁷ Gomez, C., Reichert, T., & Strasser, S. (2014). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in the 21st century. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 12(2), 65–82.

⁸ Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715.

Section 02 : Théories et approches fondatrices de l'entreprenariat féminin

1. La théorie du « genre » :

La théorie du genre en entrepreneuriat féminin analyse comment les constructions sociales et culturelles du féminin et du masculin (genre), distinctes du sexe biologique (De Beaufort, 2011)⁹, influencent l'expérience entrepreneuriale des femmes. Contrairement aux approches neutres (Shane, 2003)¹⁰, elle souligne que la socialisation différenciée et les rôles sociaux attribués aux femmes (Welter, 2011)¹¹, ainsi que les stéréotypes de genre (qui affectent leur perception et leur accès aux ressources), créent des défis spécifiques. La théorie examine également comment les institutions impactent différemment les femmes (Brush, 2010). Constatant la ségrégation et la stratification persistantes sur le marché du travail (Powell, 2014 ; Jennings & Brush, 2013)¹², cette perspective cherche à comprendre la spécificité de l'entrepreneuriat féminin en fonction du genre (Greer & Greene, 2003)¹³, reconnaissant que les expériences des femmes sont profondément liées aux constructions sociales.

2. Les théories féministes :

. Les théories féministes, en tant que branche des théories sociales, analysent les relations de genre. Elles offrent un cadre pertinent pour étudier l'activité économique des femmes et des hommes, en partant de l'idée que le genre structure la société de manière inégalitaire, au détriment des femmes.¹⁴

Quatre courants de pensée représentent les théories féministes ; à savoir le féminisme radical qui pousse à remettre en cause les structures patriarcales pour favoriser l'autonomie et la liberté des femmes dans le monde des affaires, le féminisme libéral. Cette perspective plaide pour l'égalité des droits et des opportunités entre les sexes, soulignant la nécessité d'éliminer les barrières juridiques et institutionnelles pour les femmes entrepreneures. Elle met l'accent sur l'importance de l'accès équitable aux ressources et aux opportunités

⁹ De Beaufort, V. *Femmes et pouvoir*. Dunod. (2011).

¹⁰ Shane, S. *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing. (2003).

¹¹ Welter, F ; Contextualizing entrepreneurship: Conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165–184. . (2011)

¹² Powell, G. N. *Women and men in management* (4th ed.). (2014).

Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715.

¹³ Greer, M. J., & Greene, P. G. (2003). Feminist theory and the study of entrepreneurship. In J. E. Butler (Ed.), *New perspectives on women entrepreneurs* (pp. 1–24).

¹⁴ Revue de Management et Cultures (REMAC). (2023). *L'entrepreneuriat féminin et la théorie du genre*. Revue de Management et Cultures, (9)

économiques. Puis vient le féminisme social Cette approche analyse les différences de socialisation entre les sexes, soulignant que les femmes développent des comportements entrepreneuriaux distincts en raison de processus sociaux précoces. Elle met en évidence l'impact des rôles sociaux traditionnels sur les aspirations et les comportements des femmes dans le domaine entrepreneurial, enfin le féminisme socio constructif met en lumière et analyse comment les normes sociales influencent les opportunités et les comportements des femmes entrepreneurs, et encourage à déconstruire ces stéréotypes pour favoriser leur pleine autonomie et réussite.

3. Approche intégrée de l'entrepreneuriat féminin : Modèle des « 5M » de Brush (2009) :

la théorie des 5M de Brush (2009)¹⁵ est un modèle intégré spécifique à l'entrepreneuriat féminin, qui étend le modèle classique des 3M (Market, Money, Management) en y ajoutant deux dimensions clés liées aux réalités des femmes entrepreneures qui sont la maternité -Mother Hood - qui influence l'activité entrepreneurial des femmes ainsi que le Macro/Méso environnement qui représente les normes sociales , politiques et contexte local de l'environnement des femmes entrepreneurs Ce modèle montre que pour comprendre et soutenir l'entrepreneuriat féminin, il faut considérer non seulement les aspects économiques et managériaux classiques, mais aussi les contraintes et ressources spécifiques liées à la maternité et à l'environnement social et institutionnel. Ainsi, Brush intègre dans cette approche les facteurs personnels, familiaux et contextuels qui impactent directement les femmes entrepreneures, offrant une vision plus complète et adaptée à leurs réalités.

¹⁵ Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>

Conclusion du chapitre 1 :

En conclusion, ce chapitre nous a permis de sélectionner les concepts clés qui structurent l'entrepreneuriat féminin. Nous avons pu révéler que les femmes entrepreneures adoptent des styles de management spécifiques et une sensibilité plus forte face aux enjeux sociaux. En outre, les différentes théories et modèles analysés nous ont permis de déceler très subtilement les difficultés propres à ces femmes dans leur parcours. Cette connaissance des fondements théoriques permet d'envisager des réflexions futures sur les conditions de l'inclusion des femmes dans le monde de l'entreprenariat.

Chapitre 02 :

Engagement, défis et réussite des femmes
entrepreneures créatrices de startups en
Algérie

Introduction chapitre 2 :

Ce chapitre se penche sur les facteurs clés qui influencent l'engagement des femmes algériennes dans la création de start-ups, ainsi que sur les éléments qui favorisent leur réussite. Dans un contexte où l'entrepreneuriat féminin connaît une croissance significative, il est essentiel de comprendre les motivations qui poussent ces femmes à entreprendre, les défis qu'elles rencontrent, et le rôle que jouent le niveau de formation et l'expérience professionnelle dans leur parcours entrepreneurial. Par ailleurs, ce chapitre s'intéresse aux dynamiques économiques et politiques qui influencent directement l'environnement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

À travers l'analyse des politiques publiques, des dispositifs d'aide et du rôle joué par les institutions locales, il met en évidence les différents mécanismes d'accompagnement disponibles. Il examine également les stratégies mises en place par les femmes pour faire face aux obstacles rencontrés et favoriser la réussite de leurs start-ups.

Section 01 : Motivation des femmes algériennes dans la création de startup

L’engagement croissant des femmes algériennes dans l’entrepreneuriat est le reflet de leurs inspirations et leur volonté de transformer leur réalité socioéconomique.

1. les motivations des femmes algériennes dans la création de startup :

Les femmes algériennes, de plus en plus actives dans l’entrepreneuriat, sont motivées par plusieurs facteurs clés dans la création de start-ups. Parmi ces motivations on peut citer ;

1.1Résilience et innovation : les femmes, ayant vécu les défis de la décennie noir, sont motivés à innover en développant des startups qui traitent des enjeux sociaux économiques. Ces dernières utilisent leur vécu pour créer des solutions adaptées aux besoins de leurs communautés.

1.2 Contreculture et défi des conventions sociales : En devenant porteuse d’entreprises individuelles du type Start up, les femmes algériennes remettent en question les stéréotypes de genre et les rôles traditionnels du patriarcat algérien. Cela leur permet de démontrer leur potentiel et capacité à réussir dans des domaines souvent perçus comme masculins, contribuant ainsi à une évolution sociétale plus large.

1 .3 Autonomie économique et empowerment : La création de start-ups représente un moyen puissant d’acquérir une autonomie financière, cela permet aux femmes algériennes non seulement de subvenir à leurs propres besoins mais également d’avoir main courante sur leur prise de décisions qui influence leurs vies et celle de leur famille.

1.4. Exploration des nouvelles technologies : Le désir des femmes algériennes d’explorer et d’innover dans les technologies émergentes a conduit un certain nombre d’entre elles à créer des start-ups dans des secteurs tels que le numérique, la fintech ou l’e-commerce. Cela leur permet de se positionner à l’avant-garde de l’économie moderne.

1 .5 Réseautage et synergie communautaire : La mise en réseau des femmes entrepreneures facilite la collaboration et le partage de connaissances. Ces réseaux, tels que le Women’s Business Network (WBN) et l’Association des Femmes Entrepreneurs d’Algérie (AFEA), offrent des ressources, des opportunités de mentorat et un soutien émotionnel, essentiels pour surmonter les défis de l’entrepreneuriat. WBN favorise les échanges et propose des formations adaptées, tandis qu’AFEA accompagne les femmes dans la création de start-ups.

1.6. Accès à un financement équitable : Avec l'essor de programmes gouvernementaux et d'initiatives privées, les femmes prennent conscience des opportunités de financement pour l'entrepreneuriat. Cela les incite à se lancer dans des projets innovants, comme leurs propres start-ups. Comme par exemple Le programme "Femme et Entrepreneuriat", lancé en 2021 par le président Abdelmadjid Tebboune, qui vise à renforcer la participation des femmes dans l'économie et à réduire les inégalités de genre dans les affaires.

Les défis des femmes entrepreneurs algériennes à la création de startup :

Malgré leur détermination, les femmes algériennes rencontrent plusieurs défis spécifiques qui entravent leur succès dans la création de startup.

2.1 Manque de visibilité : Les projets portés par des femmes sont souvent négligés et invisibilisés par les médias et les événements professionnels. Par exemple, lors de salons d'entrepreneuriat, les femmes sont fréquemment sous-représentées, ce qui limite leur capacité à attirer des investisseurs et à promouvoir leurs idées.

2.2 Accès à des réseaux de soutien : Les réseaux d'entrepreneurs en Algérie restent majoritairement masculins et peu accessibles aux femmes. Malgré l'existence de plateformes comme Algerian Startups ou Algeria Venture, les femmes y sont souvent peu présentes, limitant ainsi leurs opportunités de collaboration et de mentorat.

2.3 Ressources limitées pour la formation : Bien que des initiatives comme le programme "Femme et Entrepreneuriat" existent, l'accès à des formations spécifiques reste limité. Beaucoup de femmes n'ont pas accès à des cours sur le numérique ou la gestion d'entreprise, ce qui les empêche de développer des compétences cruciales pour réussir dans le secteur technologique.

2.4 Concilier vie professionnelle et familiale : Les femmes entrepreneures en Algérie doivent souvent concilier leurs responsabilités familiales et professionnelles, faisant face à des attentes socioculturelles contraignantes. Elles peuvent être critiquées pour négliger les tâches ménagères, ce qui complique la gestion de leur entreprise, tandis que leurs homologues masculins sont généralement valorisés et respectés dans leur rôle d'homme d'affaires.

2.5 Incertitude juridique : Le manque d'informations claires concernant les démarches administratives peut être un obstacle. Il en résulte que des femmes hésitent à

s'immatriculer légalement en tant qu'entrepreneures en raison de la complexité des procédures, ce qui les expose à des risques juridiques.

Section 02 : Impact du niveau d'éducation et des expériences professionnelles sur la création de startup par des femmes algériennes

1. Lien entre le niveau d'éducation des femmes algériennes et la réussite entrepreneuriat :

Le niveau d'éducation des femmes algériennes joue un rôle crucial dans la réussite de leurs entreprises. En effet, les femmes diplômées, particulièrement dans des domaines comme la gestion ou l'ingénierie, disposent des compétences nécessaires pour mieux gérer leurs start-ups. Par exemple, en 2024, parmi les 732 start-ups créées en Algérie, 120¹⁶ ont été fondées par des femmes diplômées, qui affichent de meilleures performances que leurs homologues masculins. De plus, ces femmes instruites, notamment celles titulaires d'un Master en entrepreneuriat ou en management, réussissent davantage à obtenir des financements, ce qui facilite le développement de leurs projets¹⁷.

2. L'influence des expériences professionnelles sur la réussite des start-ups des femmes

L'expérience professionnelle joue un rôle clé dans la réussite des start-ups féminines. Les femmes issues de certains secteurs disposent de réseaux utiles pour accéder à des financements et des conseils stratégiques. De plus, cette expérience leur permet d'acquérir des compétences pratiques en gestion et marketing. Par exemple, les start-ups algériennes dirigées par des femmes ayant une expérience dans la vente au détail ont connu une croissance 25 %¹⁸ supérieure à celles sans expérience.

Section 03 : Dynamiques d'accompagnement et stratégies de réussite des femmes entrepreneures créatrices de startup.

L'évolution des politiques publiques en Algérie joue un rôle crucial dans l'encouragement et le soutien des femmes entrepreneurs dans la création de startups.

¹⁶ zair World. (2024, août 28). Algérie : L'entrepreneuriat féminin gagne du terrain.

¹⁷Mansouria Fodeili. (2024, août 27). Constante évolution de la place des femmes dans l'entrepreneuriat. *e-bourse*.

¹⁸Horizons. (2025, janvier 3). *Entrepreneuriat féminin, une progression continue*. Horizons

1. L'influence des politiques publiques algériennes sur les femmes entrepreneures créatrices de start-up :

Les politiques publiques en Algérie ont progressivement intégré la question de l'entrepreneuriat féminin, notamment dans le contexte de la promotion des start-ups et de l'économie de la connaissance. Plusieurs dispositifs ont été mis en place ces dernières années pour encourager, accompagner et financer les femmes porteuses de projets innovants

1.1 Cadre institutionnel et réglementaire : Bien que le cadre réglementaire en Algérie ne comporte pas encore de textes spécifiquement réservés aux femmes entrepreneures, plusieurs lois et décrets encadrent la création et le développement des start-up, et les femmes peuvent en bénéficier pleinement.

A. *La loi n° 17-02 relative à la création d'entreprises*, promulguée le 24 janvier 2017, vise à simplifier les procédures de création d'entreprises. Bien qu'elle ne soit pas exclusivement dédiée aux start-ups, elle inclut des mesures qui facilitent l'accès à l'entrepreneuriat pour les femmes. De même, *la loi n° 18-11 sur les microentreprises*, adoptée le 21 décembre 2018, encourage la création de micro-entreprises, incluant des dispositions pour soutenir les femmes.

B. *Le décret exécutif n°20-254* du 15 septembre 2020 a instauré le Comité national de labérisation des start-ups, permettant aux projets innovants – y compris ceux portés par des femmes – d'obtenir un label officiel facilitant l'accès à divers avantages. Ce dispositif a été renforcé par *le décret n°21-170* du 28 avril 2021, qui définit les conditions d'octroi d'allégements fiscaux et de franchises douanières aux entreprises labellisées.

C. Arrêté ministériel n°1275 du 27 septembre 2022 – « Un diplôme, une start-up » qui Encourager les jeunes diplômés (hommes et femmes) à lancer leurs start-up Cette mesure bénéficie particulièrement aux jeunes diplômées issues de régions éloignées.

1.2 Programme de soutien ; concours et formations : Plusieurs programmes ont été spécifiquement conçus pour accompagner les femmes algériennes à la création de startup et parmi ses programmes nous pouvons citer.

Tableau 01: Programme de soutien ;concours et formation conçus pour accompagner les femmes algériennes à la création de startup

Chapitre 02 : Engagement, défis et réussite des femmes entrepreneures créatrices de startups en Algérie

Programme / Initiative Concours et formations	Année de lancement	Description
Alegria Disrupt	2020	Soutien aux start-ups innovantes, en mettant l'accent sur les projets dirigés par des femmes, avec incubation et mentorat.
Fonds de soutien à l'entrepreneuriat féminin	2020	Budget de 2 milliards de dinars pour financer les start-ups fondées par des femmes, facilitant leur accès aux ressources financières
Wassila	2022	Subventions jusqu'à 500 000 dinars pour les femmes créatrices de start-ups, avec un soutien technique pour renforcer leurs capacités
Start-up en Féminin	2021	Formations et ressources pour les femmes souhaitant créer des start-ups, avec un accompagnement vers le financement.
WomWork by The Annex DZ	2019	Premier incubateur exclusivement féminin en Algérie, offrant un accompagnement en trois phases : Start (pré-incubation), Impact (early stage) et Up (accélération), avec un espace de travail à Alger.
Nissaa Business Angels (NBA)	--	Club d'investisseuses locales et de la diaspora finançant et accompagnant les start-ups dirigées par des femmes via expertise, réseau et mentorat, en lien avec WomWork.
Ooredoo Machrou3i – tStart Women Entrepreneurship Challenge	2022	Concours destiné aux femmes entrepreneures algériennes, avec accompagnement, hébergement en incubateur technologique et coaching de haut niveau. La 2e édition a accueilli plus de 500 candidatures.
Convention intersectorielle pour l'entrepreneuriat féminin rural	2024	Encourage les femmes en zones rurales, montagneuses, sahariennes et frontalières à lancer des microprojets via des formations et un accès facilité aux microcrédits

Source : élaboré par sois même

2. Rôles des acteurs économiques et des institutions locales dans le soutien aux startups féminines :

En Algérie, le développement des start-up dirigées par des femmes bénéficie du soutien croissant d'acteurs économiques et institutionnels locaux. Bien que des obstacles structurels persistent (accès au financement, normes socioculturelles, faible représentation dans les secteurs technologiques), plusieurs institutions et structures agissent à différents niveaux pour encourager l'entrepreneuriat féminin innovant.

Tableau 02 : Rôles des acteurs économiques et des institutions locales dans le soutien aux startups féminin

Catégorie	Actions
Institutions publiques locales(ANADE, ANGEM, CNAC	Sensibilisation à l'entrepreneuriat féminin, accès à des microcrédits en zones rurales, formations de base (gestion, marketing), locaux en pépinières, insertion socio-économique des femmes
Incubateurs et structures d'accompagnement WomWork	Accompagnement en pré-incubation et post-création, formations en business model et stratégie, coaching personnalisé, mise en relation avec mentors, accès à des espaces de travail
Acteurs économiques privés entreprises, business Angels.....	Concours pour l'inclusion des femmes (ex. Ooredoo tStart), investissement dans des projets portés par des femmes, partenariats avec incubateurs, solutions de financement adaptées
Associations locales et ONG	Sensibilisation à l'autonomisation économique, formation en entrepreneuriat pour femmes rurales, accompagnement administratif, mise en réseau et promotion de l'entrepreneuriat solidaire

Source : élaboré par sois même

3. Stratégies adopté par les femmes algériennes pour réussir à la création et au développement de startup :

3.1 Stratégies de Financement (Adaptation et Ingéniosité Algérienne) :

Tableau 03 : Stratégies de Financement

Strategies de Financement	Description

1 Auto-financement	Les femmes algériennes mobilisent leurs économies personnelles, ainsi que le soutien familial et amical ('love money'), pour financer leurs projets. Cela reflète leur autonomie et leur détermination malgré les difficultés d'accès aux financements traditionnels.
2 Microcredit et Financement Participatif	Recours croissant au microcrédit, souvent plus accessible que les prêts bancaires classiques. L'émergence de plateformes de crowdfunding local constitue également une opportunité naissante pour mobiliser le soutien communautaire.
3 Concours et Prix pour Startups	Participation à des concours et dispositifs de récompense dédiés à l'entrepreneuriat, notamment féminin, permettant d'obtenir des fonds de démarrage et de gagner en visibilité.
4 Partenariats Stratégiques avec des Entreprises Locales	Certaines femmes optent pour des partenariats avec des entreprises algériennes établies, apportant un soutien financier, logistique ou commercial en échange d'une collaboration ou d'une participation.
5 Dispositifs Publics (ANSEJ, CNAC, ANGEM)	Les femmes entrepreneurs tirent parti des dispositifs publics d'aide au financement, malgré les réformes récentes, en adaptant leurs projets aux critères d'éligibilité pour bénéficier de financements et d'avantages fiscaux.

Source : élaboré par sois même

3.2 Stratégies de réseautage et partenariat (Construire des ponts dans un contexte spécifique) :

2.1 Réseaux Féminins et Communautaires Forts : Les femmes algériennes s'appuient souvent sur des réseaux informels et communautaires solides, notamment des associations de femmes entrepreneures locales (comme SEVE), des groupes de soutien mutuel et des réseaux familiaux élargis. Ces réseaux offrent un soutien émotionnel, des conseils pratiques et des opportunités de collaboration.

2.2 Utilisation Stratégique des Réseaux Sociaux Locaux : Les plateformes de médias sociaux algériennes sont utilisées activement pour construire des réseaux professionnels, promouvoir leurs startups, trouver des partenaires et interagir directement avec leur marché cible.

2.3 Participation Active aux Événements Locaux : Les femmes entrepreneures algériennes s'efforcent d'être présentes dans les forums, salons professionnels et

événements dédiés à l'entrepreneuriat organisés au niveau local et régional pour élargir leur réseau et identifier des partenaires potentiels.

2.4 Collaboration avec des Incubateurs et Pépinières Locaux : L'intégration dans les structures d'incubation et les pépinières d'entreprises locales est une stratégie clé pour accéder à un réseau d'experts, d'autres entrepreneurs et potentiellement d'investisseurs.

2.5 Partenariats Basés sur la Confiance et les Valeurs Communes : Dans un contexte où la confiance et les relations personnelles jouent un rôle important, les partenariats sont souvent basés sur des valeurs partagées et une compréhension mutuelle, facilitant la collaboration et la pérennité des accords.

3. 3 Approches de Gestion (Adaptabilité et Priorités Algériennes) :

3.1 Gestion Prudente et Axée sur la Durabilité : En effet, les femmes algériennes, en étant souvent confrontées à un environnement économique incertain, ont tendance à adopter une approche de gestion prudente, privilégiant la durabilité et la rentabilité à long terme plutôt qu'une croissance rapide et risquée.

3.2 Flexibilité et Adaptabilité : L'aptitude à s'adapter rapidement aux changements du marché local, aux contraintes réglementaires et aux défis logistiques est une caractéristique clé de leur gestion. Elles font preuve d'ingéniosité pour trouver des solutions adéquates au contexte algérien.

3 .3 Priorisation de l'Impact Social et Communautaire : Souvent animées par un fort sens de la responsabilité sociale, les femmes entrepreneures algériennes intègrent fréquemment des considérations d'impact social et communautaire dans leur modèle de gestion, cherchant à créer des entreprises qui contribuent positivement à leur environnement local.

3.4 Valorisation du Capital Humain Local : Très souvent les femmes algériennes ont tendance à privilégier l'emploi local et à développer des relations de travail basées sur la loyauté et le respect au sein de leurs équipes.

3.5 Intégration des Valeurs Culturelles et Religieuses : Dans leur approche de gestion, les femmes algériennes intègrent souvent des valeurs culturelles et religieuses importantes dans le contexte algérien, que ce soit dans leurs pratiques commerciales, dans la gestion des ressources humaines ou dans leur engagement sociétal qui conditionnent leur éthique professionnelle et leur style de leadership.

Conclusion du chapitre 02 :

Pour conclure, ce chapitre a mis en évidence les différentes motivations qui poussent les femmes algériennes à créer des start-ups, qu'il s'agisse d'un besoin d'autonomie économique, de volonté d'innovation ou de réalisation personnelle. Malgré cet élan, elles restent confrontées à plusieurs obstacles, notamment le manque de visibilité, l'accès limité aux réseaux professionnels et les contraintes socioculturelles. L'analyse a aussi montré que le niveau d'études et l'expérience professionnelle jouent un rôle essentiel dans la réussite de leurs projets entrepreneuriaux.

Dans un environnement en constante évolution, des dynamiques économiques et politiques favorables commencent à émerger à travers des politiques publiques, des programmes d'accompagnement et le soutien croissant des institutions. Les stratégies adoptées par ces créatrices de start-ups, qu'il s'agisse de recherche de financement, de formation ou de réseautage, témoignent de leur capacité à s'adapter et à surmonter les difficultés. Une meilleure compréhension de ces leviers est essentielle pour renforcer l'impact de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et construire un écosystème plus inclusif et durable.

Chapitre III:
***Etude exploratoire sur l`engagement
entrepreneurial des femmes Algérienne à la
création de Startups***

Introduction du chapitre 3

Ce chapitre a pour objectif de proposer des éléments de réponse qui pourront nous aider à répondre à notre problématique. Notre travail ici présent consiste à essayer de comprendre l'engagement entrepreneurial des femmes algériennes dans la création de start-up. Et Pour ce faire, nous avons opté pour une démarche mixte, quantitative en menant une enquête de terrain par questionnaire, puis, qualitative par la réalisation de deux entretiens avec des femmes créatrices de startups. Et afin d'approfondir mes résultats nous avons également assisté à un événement sur l'entrepreneuriat féminin, qui s'est tenu le samedi 24 mai 2025, de 14h à 18h, à Alger centre. Cet événement avait pour objectif de discuter de l'équilibre entre la vie professionnelle et personnelle des femmes entrepreneures, notamment dans le cadre des PME et start-ups. Cette expérience nous a permis de mieux comprendre les défis et les opportunités auxquels font face les femmes dans le monde entrepreneurial.

Notre chapitre est structuré en deux sections. La Section 01 présente la méthodologie de recherche, la Section 02 expose les résultats de la recherche et analyse les données recueillies. Nous conclurons ensuite en résumant nos principales découvertes.

Section 01: Méthodologie de recherche :

Notre travail, adopte une approche qualitative et quantitative ciblant, les femmes algériennes de tout âge et sur l'entièreté du territoire national ayant créé, ou en cours de création de leurs start-ups. La collecte de données a été effectué via un questionnaire en ligne comportant 38 questions en lien avec notre thématique diffusé par Google forms. Complété par deux entretiens.

L'objectif principal de notre recherche ici et de comprendre et d'analyser les facteurs, et les défis des femmes algérien dans la création de start-up pour mieux, soutenir leur entreprenariat. Et afin d'atteindre notre objectif, nous avons élaboré un questionnaire de trente-huit (38) questions structurées autour de six (06) axes :

- . Profil des femmes entrepreneurs,
- . Identification de la start-up
- . Motivation et facteur déclencheur
- . Dynamiques sociaux, économiques et politiques
- . Réseau et soutien
- . Obstacles et défis

2 Présentation de l'échantillon :

Notre échantillon se compose de dix-sept (17) femmes-entrepreneures. Ce qui représente un échantillon assez restreint mais que nous pouvons lier au cercle limité de l'entreprenariat féminin, plus précisément dans le domaine de la start-up.

Section 02 : Analyses des données de l'enquête

Cette section présente une analyse détaillée des caractéristiques de l'échantillon de femmes algériennes engagées dans la création de start-ups

1. Enquête quantitatives :

1.1 Caractéristiques de l'échantillon : Profils des femmes entrepreneurs

Avant d'analyser en profondeur les variables qui impact l'engagement entrepreneurial des femmes algériennes à la création de start-up de l'échantillon retenu, il est indispensable de commencer par souligner quelques caractéristiques du profil de ce dernier.

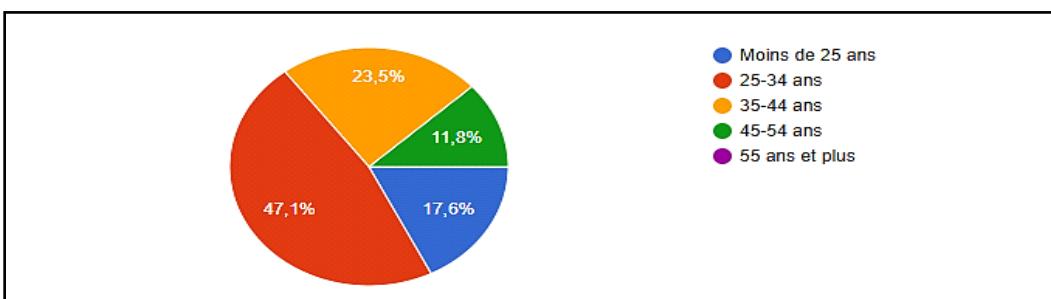
1.1.1 L'âge :

La répartition de notre échantillon par âge, montre une prédominance des femmes appartenant à la tranche d'âge entre vingt-cinq à trente-quatre ans (25 à 34), huit(08)

répondantes sur dix-sept ans (17) sont âgés de moins de trente-quatre (34 ans), soit (47,1 %), en deuxième place, quart (04) répondantes se situe dans la tranche d'âge entre Trent cinq et quarante-quatre ans(35 et 44) soit (23,5 %), puis trois (03) d'entre elles sont âgés de moins de vingt-cinque ans (25 ans) soit (17,6 %), ce qui traduit un intérêt vrai, mais Modéré chez les plus jeune. À l'autre extrême deux (02) femmes soient (11,8 %) se situe entre quarante-cinq et cinquante-quatre ans (45 et 54)

Ayant eu l'opportunité d'assister à un événement dédié aux femmes entrepreneures créatrices de Start-up , nous avons pu effectivement observer que les femmes les plus actif dans le domaine de la Start up étais majoritairement âgée entre vingt-cinque à trente-quatre ans (25 et 35) poussée par l'effet de mode et la volonté d'indépendance ,d'innovation et d'épanouissement financier tandis que , les plus âgée choisissait la création de start-up comme une reconversion professionnelle afin d' améliorer leurs niveaux de vie .

FigureN°01: L'age.

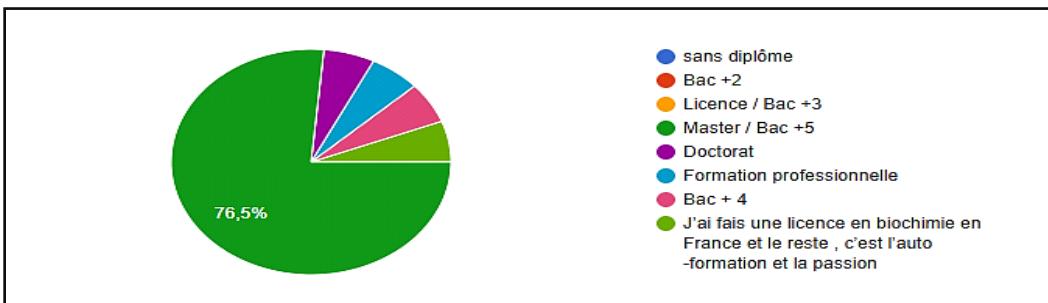


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.1.2 Niveau d`étude :

La répartition de notre échantillon montre qu'une large majorité soit 13/17 équivalent à (76,5 %) déclare avoir un Master2/ bac+5 , à côté de cela nous trouverons une (01) femme soit (5,9 %) ayant un doctorat, une(01) ayant une formation professionnelle soit (5,9%) , une (01) ayant un bac+4 soit (5,9%) et enfin une (01) femme soit (5,9%) ayant une licence à l'étranger , enfin aucune ne se déclare sans diplôme , ce qui montre un certain niveau d'instruction global des femmes entrepreneurs créatrices de Start up .

Figure N°02 : Niveau d`étude



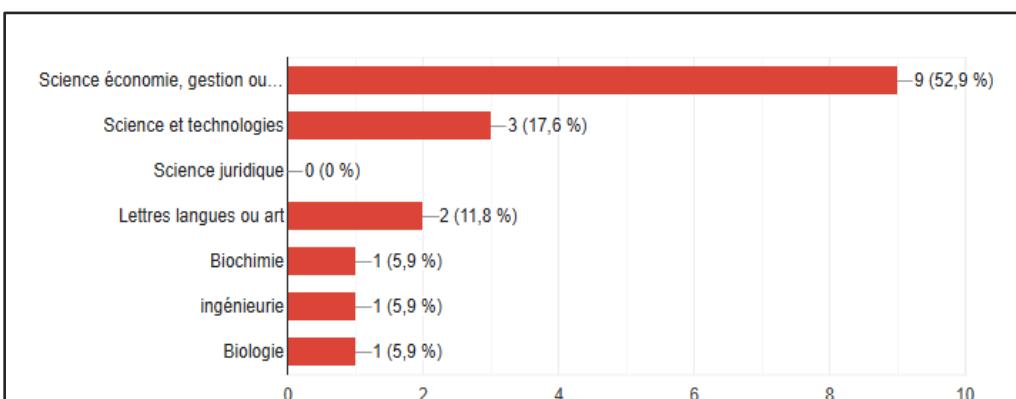
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.1.3 Domaine d'étude :

Les résultats de notre enquête montrent que neuf (09) sur dix-sept (17) des femmes soit (52,9 %) sont issues des sciences économiques et gestion ou commerce, un choix logique pour celles qui se lancent dans la création de start-up, puis nous avons trois(03) femmes soit (17,6 %) qui viennent des sciences des technologies, deux (02) femmes soit (11,8%) viennent des lettres, langues ou art, une (1) femme soit (5,9%) en biochimie, une (1) en ingénierie, et la dernière en biologie.

Cette répartition montre que, bien que les filières économiques et commerciales restent les plus représentées, la dynamique entrepreneuriale chez les femmes créatrices de startup commence à toucher des domaines variés, témoignant d'une diversification progressive des profils dans la création de start-up.

Figure N° 03 : Domaine d`étude



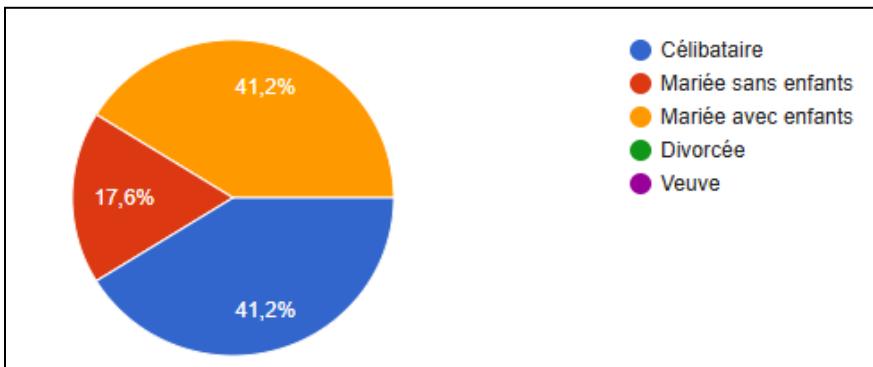
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.1.4 Situation familial :

L'analyse des données relèvent que sept (07) femmes soit (41,2%) sont célibataires, sept (07) autre femmes (41,2%) sont marier avec enfants, enfin trois (3) femmes soit (17,6%) mariées mais sans enfants. Et après avoir assisté à un événement concernant l'entrepreneuriat féminin dans la création de start-up, j'ai pu observer que la majorité de ses

femmes étaient mariés et que les enfants n'ont jamais été un frein pour se lancer dans la création de start-up.

Figure N°04: situation familial

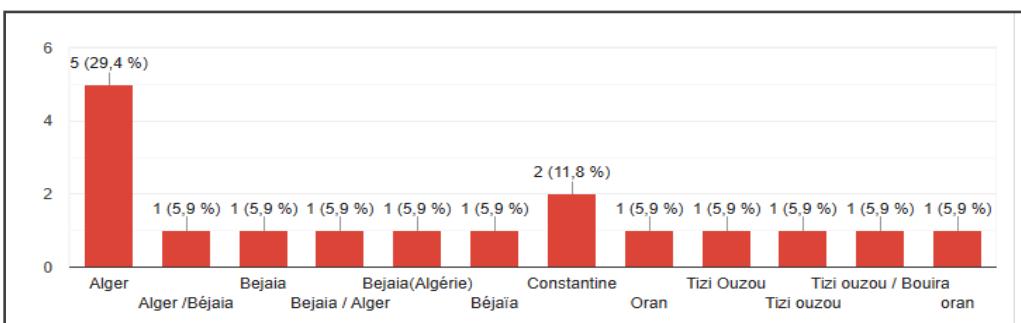


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.1.5 La répartition géographique :

L'analyse des données démontre que sur les dix-sept(17) répondantes cinq (05) d'entre elles sont basées sur Alger tandis que quatre (04) autre femmes sont baser sur Bejaia, trois (03) à Tizi Ouzou ,deux (02) à Constantine et deux (02) autre à Oran et pour finir une (01)dernière à Bouira. Ce qui peut suggérer que Alger est un véritable pôle pour le milieu de la création de start-up, par des femmes.

Figure N°05: La répartition géographique:



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

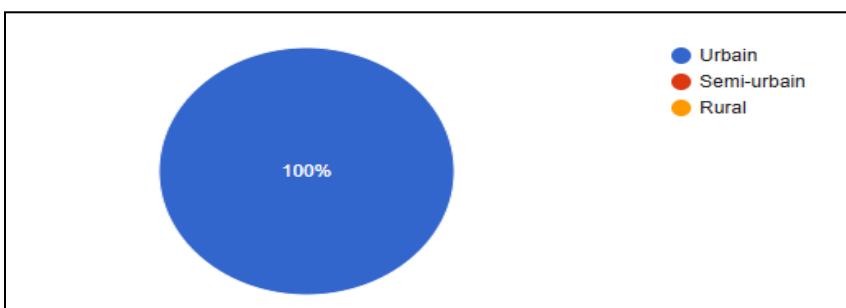
1.1.6 Milieu de résidence :

L'analyse de la répartition géographique des femmes créatrice de start-up, en fonction de leur lieu d'habitation, relève une homogénéité frappante. En effet au sein de l'échantillon étudiée qui est égal à dix-sept (17) femmes. Nous pouvons constater que toutes ces

dernières sont établies dans un milieu urbain sans aucune présence dans la zone semi urbain ou rural.

Cela montre que toutes entrepreneures sont regroupées dans des environnements urbains, ce qui pourrait s'expliquer par une accessibilité simplifiée aux ressources au réseau professionnel et aux opportunités de marché. Cette concentration des entrepreneures femmes dans les milieux urbains, renvoie à l'importance du cadre de vie, c'est-à-dire des infrastructures et des services de proximité pour soutenir l'entrepreneuriat féminin à la création de start-up. Ces résultats soulignent également le potentiel inexploité des régions semi urbaine et rurale, qui pourraient bénéficier d'initiative visant à encourager les femmes à créer des start-up.

Figure N°06 : Milieu de résidence

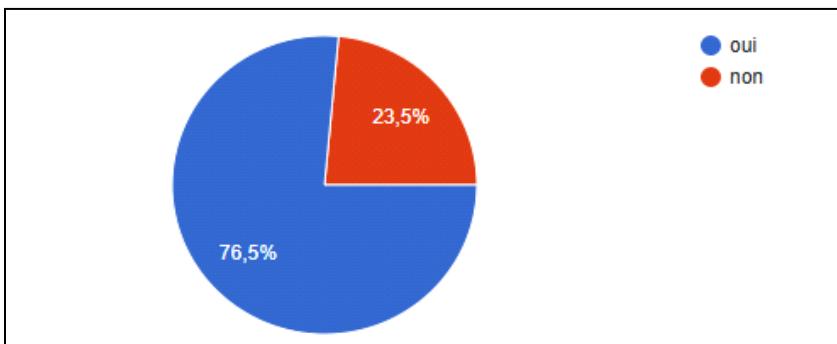


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.1.7 Expérience professionnelle :

Les résultats de l'enquête relèvent que l'ensemble des réponses recueillies soit treize (13) réponses équivalentes à 76,5 % des femmes ont répondu par oui contre (04) autres femmes soit (23,5%) qui ont répondu par non .cela démontre que la majorité significative des femmes créatrice de start-up avaient déjà auparavant une expérience professionnelle ,elles avait donc acquis des connaissances et compétences avant de se lancer dans le domaine de la Start up ce qui a pu améliorer leurs capacité à naviguer dans le monde des affaires et de surmonter les différents défis entrepreneuriaux .

FigureN°07: Experience professionnelle ultérieure



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

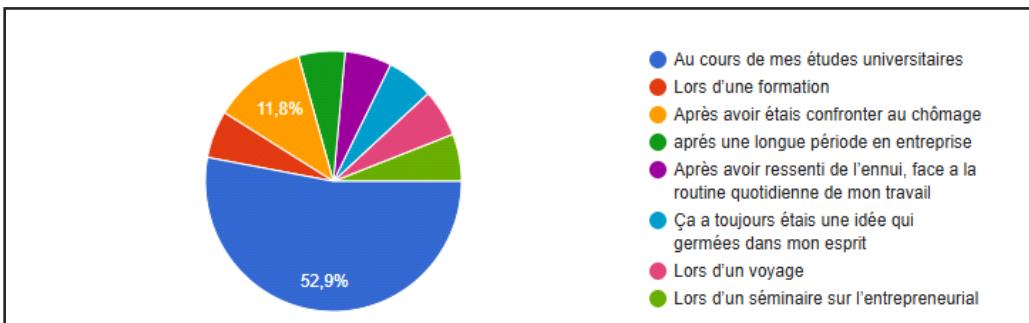
1.2.Caractéristiques des Startups créées par des femmes :

Après avoir analysé le profil des femmes créatrices de start-ups, cette rubrique met en lumière les différentes caractéristiques des start-ups créées par ces femmes.

1.2.1'émergence de l'idée de création de start-up chez les femmes

Les résultats de notre enquête montrent que 52,9 %, soit neuf (09) femmes sur dix-sept (17) ont eu l'idée de créer leur propre start-up au cours de leurs études universitaires, ensuite, vient 11,8 %, soit l'équivalent de deux (02) femmes ayant pensé à créer leur start-up, après avoir longtemps été confronté au chômage. Puis ,deux (02) autres femmes soient (11,8%) ont eu l'idée de leur start-up, après une longue période en entreprise, et après avoir ressenti de l'ennui, face à la routine quotidienne du travail. (Fatigue, redondance, volonté de reconversion professionnelle) Pour finir, quatre (04) répondantes ont eu l'idée de créer leur start-up, lors d'une formation, d'un voyage, d'un séminaire sur l'entreprenariat, d'où l'importance d'assister à ses différents événements. Ce qui pourrait expliquer le rôle de la formation dans l'inspiration entrepreneurial, mais également que le chômage et la routine représente un vrai déclencheur pour la création de startup.

Figure N°08 : l'émergence de l'idée de création de start-up chez les femmes

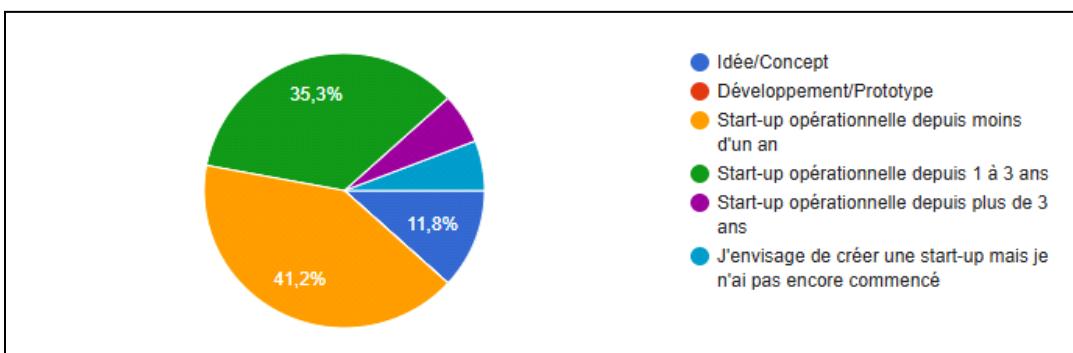


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête.

1.2.2 Stade de développement de la startup :

Après l'analyse des données collectées, nous avons observé que 41,2 %, soit sept (07) femmes avaient une start-up opérationnelle depuis moins d'un an. Suivi de six femmes (06) 35,3 %, ayant une start-up opérationnelle depuis un à trois ans. Et seulement (01) femme dont la startup est opérationnelle depuis plus de trois ans. Enfin deux (02) femmes soit 11.8% dont la startup est au stade de l'idée /concept et une (01) seule femme envisage de créer sa startup sans avoir encore commencé les procédures. Ainsi, la majorité des femmes de notre échantillon possèdent des startups opérationnelles.

Figure N°09 : Stade de développement de la startup



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.2.3 Le secteur d'activité des startups :

Les résultats de l'analyse soulignent que 41,2 %, soit sept (07) femmes ont créé leur start-up dans le secteur d'activité technologique/TIC, suivi du secteur du cosmétique, du commerce et de l'artisanat avec deux (02) femmes chacun. Enfin seulement une (01) femme pour chacun des secteurs de la mise en réseau des nouvelles technologies (application de Babysitting), de la bio cosmétique pharmaceutique et le secteur de l'agriculture/agroalimentaire. Ce qui suggère l'existence d'une forte présence des femmes dans le secteur technologique suivie par la cosmétique et le commerce ce qui illustre une diversité d'intérêts entrepreneuriaux, avec des niches émergentes comme l'artisanat et la bio-cosmétique.

Figure N°10 : secteur d`activité des Startups de l'enquête

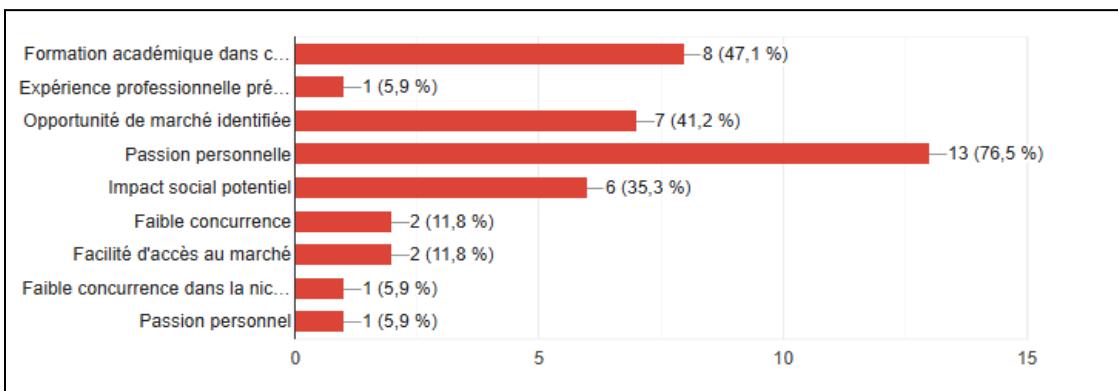


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.2.4 Le choix du secteur d`activité :

Concernant le choix du secteur d'activité ce dernier est lié pour quatorze (14) femmes soit 82.4% à une passion personnelle. Pour huit (08) femmes (47,1 %) à leur formation académique. Ensuite nous avons 41,2 %, soit sept (07) femmes qui elles ont identifié une opportunité sur le marché ; suivi de six (06) femmes, ayant créé leur start-up, évoquent l'impact social potentiel ,tandis que nous avons 11,8 %, soit(02) femmes ayant choisi ce secteur à cause de la faible concurrence, et (02) autres femmes ayant choisi de s'orienter vers un secteur particulier grâce à la facilité d'accès du marché. Et pour finir, nous avons une (01) femme soit 5,9 % ayant opté pour son domaine d'activité en raison de la faible présence d'acteurs dans la niche choisie (produit naturel).Ces résultats révèlent que, si la passion personnelle constitue le moteur principal du choix entrepreneurial, d'autres facteurs, tels que la formation, l'identification d'opportunités, ou encore des considérations stratégiques liées à la concurrence et à l'accessibilité du marché, jouent également un rôle non négligeable dans l'orientation des femmes entrepreneures vers un secteur spécifique.

Figure N°11 : le choix du secteur d`activité



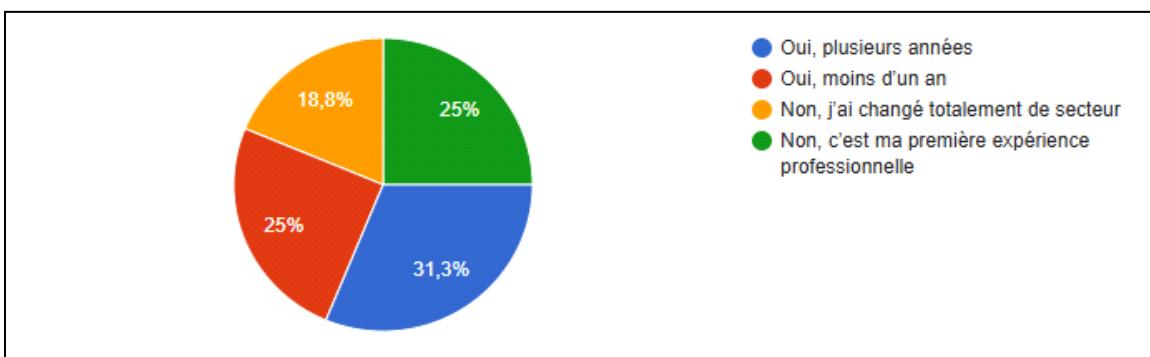
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.2.5 Expérience professionnelle antérieure avant la création des startups

Dans notre échantillon, l'analyse des réponses à la question, avez-vous travaillé auparavant dans le même domaine que votre entreprise actuelle démontre que 31,3 % soit cinq (05).

Femmes ont répondu par oui plusieurs années. Tandis que 25 % soit quart (04) femmes ont indiqué qu'elles avaient travaillé dans le même domaine moins d'une année, en revanche 25% d'entre elle soit quatre (04) femmes ont répondu par Non, et pour 18,8 %, soit trois (03) femmes ont déclaré n'avoir jamais travaillé dans le même domaine que leur entreprise actuelle. Ces résultats relèvent une diversité d'expériences antérieures avec une majorité des femmes ayant une expérience dans leur domaine actuel.

Figure N°12 : Expérience professionnelle antérieure avant la création des startups



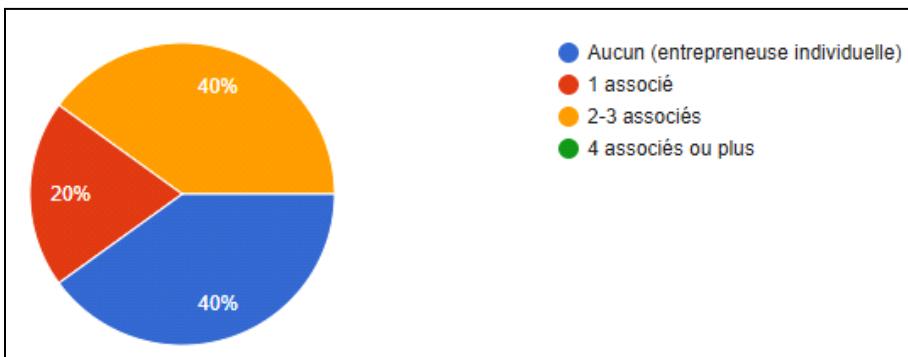
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.2.6 Nombre d'associés et leurs genres :

Notre échantillon démontre que 40 %, soit (06) femmes sont des entrepreneurs individuels, tandis que 40 % soit six (06) autres femmes ont un associé. De plus 20 % soit, trois (03) de femmes ont déclaré avoir deux à trois (2 à 3) associés et aucune de ses participantes n'a mentionné avoir quatre associés au plus. Ces résultats montrent une répartition. Assez égal entre les entrepreneurs individuels, et celle qui collabore avec un ou plusieurs partenaires.

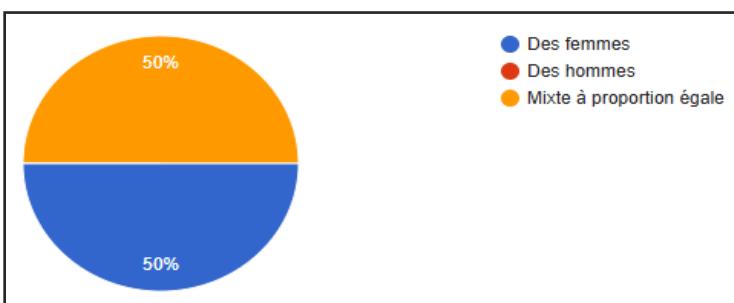
L'analyse de la composition des équipes en termes de genres, montre que 50 % des équipes sont composés uniquement de femmes et 50 % sont mixtes à proportion égale. Le fait que la moitié des équipes soient exclusivement féminines témoigne d'une volonté forte des femmes de s'affirmer et de se soutenir entre elles dans la création de start-up. Par ailleurs, la présence d'équipes mixtes à hauteur de 50 % montre aussi une intégration progressive des hommes dans ces projets, ce qui peut favoriser la diversité des compétences et des perspectives.

Figure N°13: Nombre d'associés



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

Figure N°14 : Associés



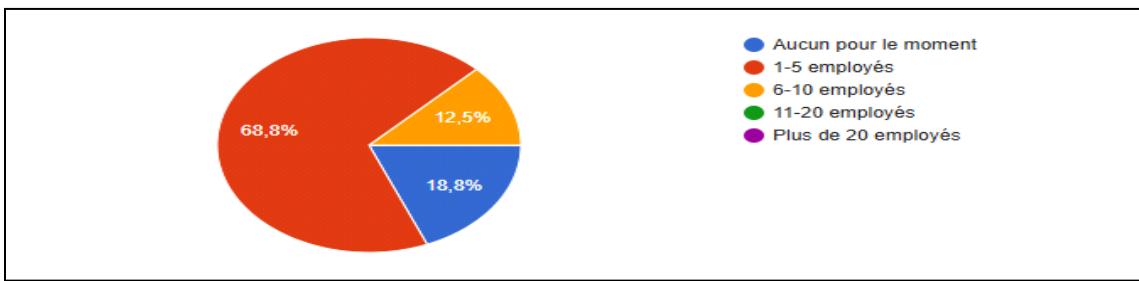
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.2.7 Le Nombre d'employés dans votre entreprise (hors fondateurs) :

Concernant la taille des startups 68,8 % soit, onze (11) des participantes n'ont aucun employé pour le moment, tandis que 18,8 % soit, trois (03) participantes ont indiqué avoir un à cinq employés, de plus 12,5 % soit deux (02) femmes ont déclaré avoir six à dix (6 à10) employés. Aucune des porteuses de projets n'a mentionné avoir entre 11 et 20 employés ou plus de 20 employés.

L'analyse de la taille des startups dirigées par les femmes de notre échantillon montre clairement que l'entrepreneuriat féminin en Algérie dans la création de Start up reste majoritairement à petite échelle. La majorité des participantes gèrent seules leur activité, sans salariés, ce qui témoigne souvent d'un démarrage récent, d'un manque de ressources ou d'une volonté de rester dans un modèle auto-entrepreneuriel.

Figure N° 15 : Nombre d'employés dans votre startup (hors fondateurs)

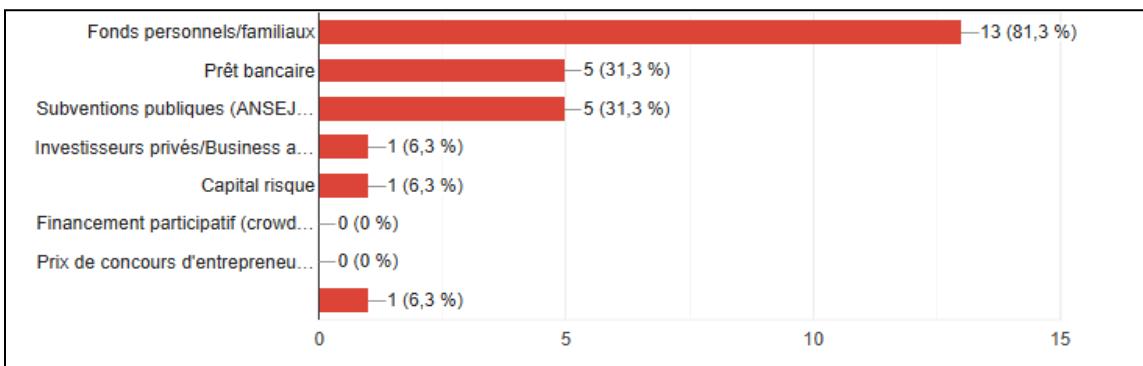


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.2.8 Sources de financement utilisées :

Dans notre échantillon, l'analyse des sources de financement révèle que 81,3 % soit treize (13) participantes, utilise des fonds personnels ou familiaux. Pour soutenir leurs start-ups, 31,3 % soit cinq (05) femmes ont recours à un prêt bancaire est la même proportion (05 femmes) mentionnent des subventions publiques comme ANSEJ ; puis nous avons 1,6 % des femmes ont indiqué avoir des investisseurs privés ou un financement participatif. Ces résultats montrent une forte préférence pour les fonds personnels qui peut être liée au fait que ces dernières aient déjà eu une expérience professionnelle et donc une épargne, à la lenteur des démarches liées aux différents dispositifs établis pour le financement des startups ou encore à leur méconnaissance de ces dernières.

Figure N° 16 : Source de financement



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

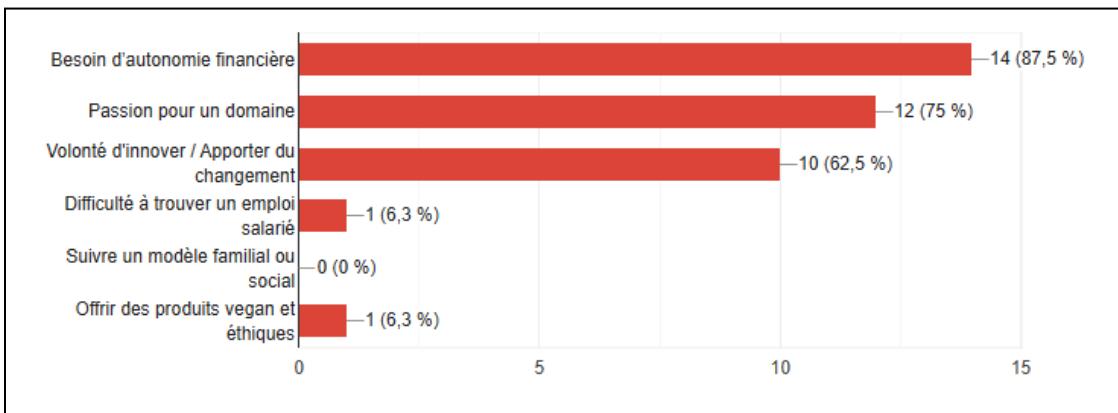
1.3 Enjeux et motivations :

1.3. 1.Les motivations à la création de Startup :

Notre échantillon de dix-sept 17 femmes montre que 87,5 % d'entre elles soit quatorze (14) femmes ont créé leur start-up par besoin d'autonomie financière. La passion pour leur domaine a été citée par 75 % soit douze (12) femmes, tandis que 62,5 % soit dix (10) femmes souhaitent innover et apporter un changement. De plus, 6,3 % soit une (01) femme évoquent la difficulté à trouver un emploi salarié, et une autre femme 6,3 % mentionne

l'offre de produits véganes et éthiques. C'est résultats montrent que la création de start-ups est motivée par plusieurs facteurs variés.

Figure N°17: motivation à la création de Startup

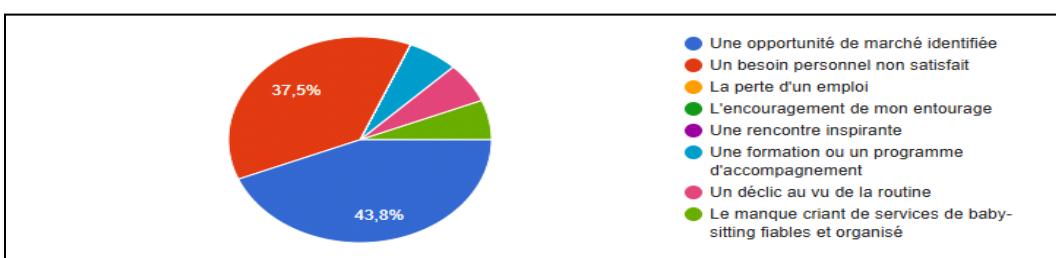


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.3.2 Eléments déclencheurs de la décision entrepreneuriale :

Nos résultats montrent que l'élément majeur dans déclenchement de la décision entrepreneuriale de ces femmes est l'opportunité identifiée sur le marché avec un taux de 43,8 %, soit sept (07) femmes , suivie d'un besoins personnels non satisfait avec un taux de 37,5% soit six (06) femmes. , ensuite, nous avons l'identification d'un besoin , avec un taux de 6,3 % soit une (01) femmes , une formation et un programme d'accompagnement avec un taux de 6,3 % soit 1 femme, et pour finir , un déclic au vu de la routine avec un taux de 6,3 %, soit une (01) femme . Par ailleurs les résultats montrent une absence totale des éléments déclencheurs lies à la perte d'emploi, l'encouragement de leurs entourage, rencontre inspirante. Ces résultats, mettent en lumière, la diversité des éléments qui pousse ses femmes vers la création de start-up, avec une très forte concentration sur la détection des opportunités et une envie de satisfaction personnelle.

Figure N° 18 : Eléments déclencheurs de la décision entrepreneuriale



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.3.3 Degré d'importance des motivations entrepreneuriales :

L'analyses des réponses relèvent que les facteurs les plus important était la volonté d'innover les opportunités de revenus plus élevé et le désir d'autonomie professionnel avec un taux égalitaire de (11) femmes Puis nous avons les facteurs moyennement importants qui sont la contribution au développement économique du pays avec un total de sept (07) femmes la volonté d'équilibrer vie professionnelle et familiale avec un taux de douze (12) femmes. Le besoin de reconnaissance sociale avec un taux de huit (08) femmes, puis nous avons le facteur suivant qui est considérés comme pas du tout important et qui est devenir un modèle pour d'autres femmes. Ce qui démontre que la femme algérienne créatrice de start-up, est beaucoup plus porté sur sa volonté d'innover et la volonté d'autonomie financière

1.3.4 Recours à un accompagnement lors de la création de la start-up

L'analyse des réponses de notre échantillon mettent en avant que 73,3 %, soit onze(11) femme sur dix-sept (17) déclarent avoir bénéficié d'un accompagnement pour créer leur start-up contre 26,7 %, soit quatre (04) femmes, ayant déclaré, ne pas avoir bénéficié d'accompagnement pour créer leur start-up

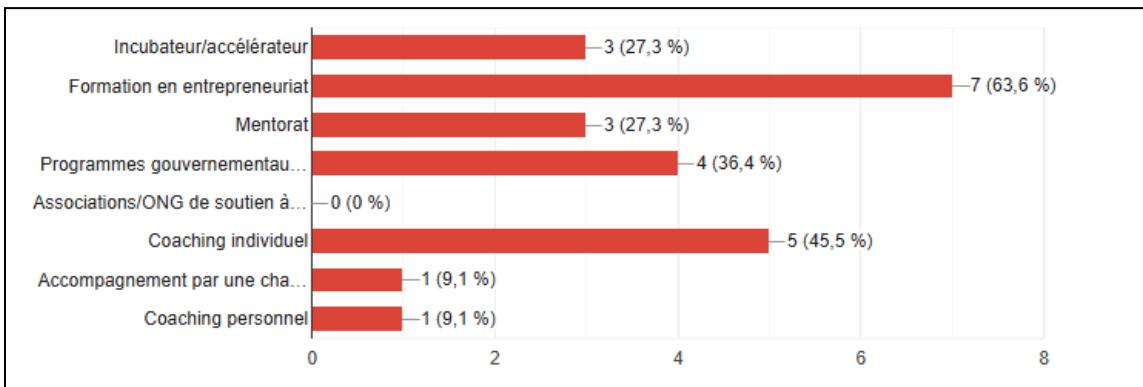
1.4 Dynamique sociaux économique et politique :

1.4.1 Types d`accompagnements :

Pour ce qui est du type d'accompagnement le plus sollicité était les formations en entreprenariat avec un taux de 63,6 %, soit sept (07) femmes suivi de coaching individuel avec un pourcentage de 54,6%, soit six (06) femmes. En troisième position viennent les programmes gouvernementaux de soutien avec un pourcentage de 36,4 %, équivalent à quatre (04) femmes et du mentorat avec un taux de 27,3 %, soit trois (03) femmes, quant à des incubateurs/accélérateurs avec un taux de 27,3 %, soit trois(03) femmes ont déclaré y avoir eu recours. Enfin seulement (01) une femme a eu recours à un accompagnement par une chambre de commerce.

Ces chiffres montrent, une diversité de dispositifs d'accompagnement, utilisés selon les besoins et les parcours de chacune.

Figure N°19 : Les types d'accompagnements



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.4.2 Visibilité des dispositifs de soutien :

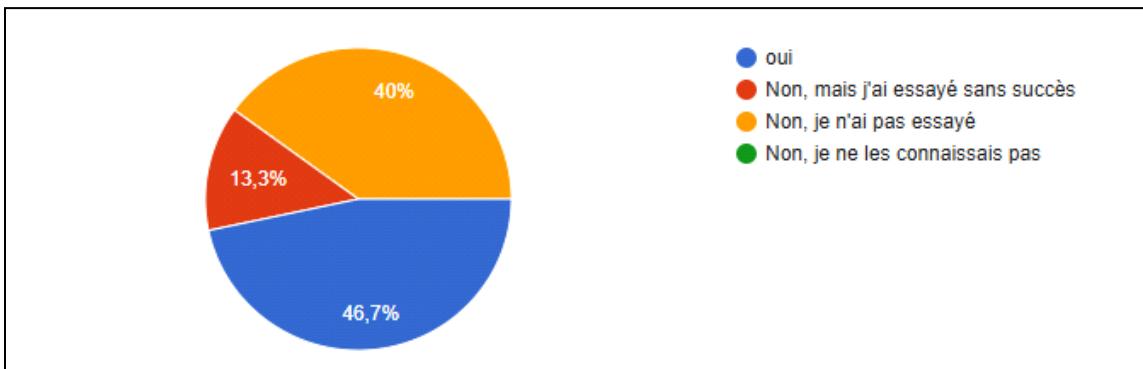
Notre échantillon relève que 100 %, soit quinze (15) des participantes avaient conscience de l'existence ANSEJ / ANADE (agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes). Par ailleurs, nous avons un taux de 80 %, soit douze (12) femmes qui connaissaient la CNAC (caisse nationale d'assurance chômage), tandis que, 86,7 %, soit (13) femmes ont mentionné connaître l'ANGEM agence national de gestion du micro-crédit.

D'autres dispositifs tels que le fonds de garantie de crédit et Algérien Venture ont été cité respectivement à un taux de 66,7%, soit dix (10) et 60 %, soit neuf (09) des participantes, l'incubateur universitaire et l'incubateur privé le WOMWORK a été mentionné avec un taux de 46,7 %, soit sept (07) femmes.

Ces chiffres montrent une bonne connaissance des principaux dispositifs publics, même si les structures plus récentes ou privées restent moins connues.

Dans notre échantillon, l'analyse des expériences avec des dispositifs de soutien relève que 46,7 %, soit sept (07) des participantes ont répondu oui indiquant qu'elles ont bénéficié de ces dispositifs avec succès. En revanche, 40 % ont déclaré n'avoir pas essayé tandis que 13,3 % ont mentionné qu'elles avaient essayé sans succès. Cette analyse souligne le fait que plusieurs de ses femmes sont hésitantes quant à l'utilisation de dispositifs d'aide à l'entrepreneuriat, bien qu'elles soient conscientes de leur existence en raison de la mal informations et de retours négatifs, ce qui augmente le nombre de préjugés ce qui la laisse réticente.

Figure N°20 : Le recours au dispositif d`accompagnement entrepreneurial

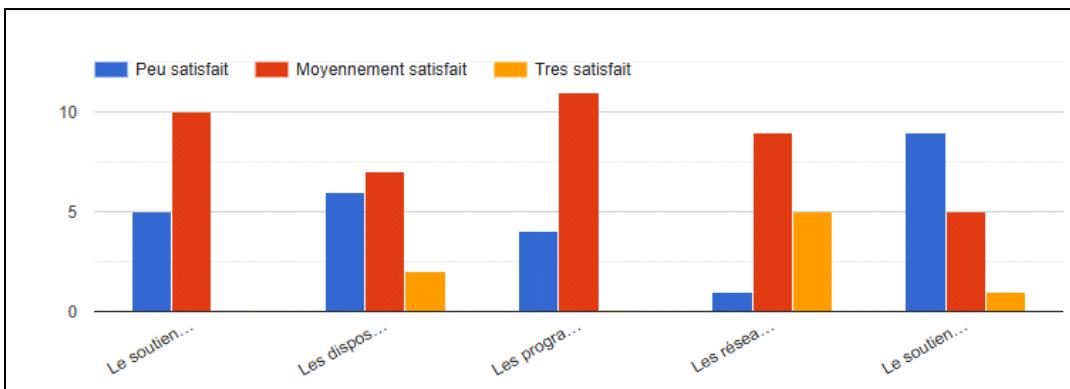


Source: Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.4.3 Satisfaction des femmes entrepreneurs face aux dispositifs d'appui

Notre échantillon, composé de dix-sept (17) femmes, montre que le soutien institutionnel aux femmes entrepreneurs en Algérie est jugé peu satisfaisant par cinq (05) répondantes, moyennement satisfaisant par dix (10) répondantes, et très satisfaisant par aucune répondante. Ensuite, les dispositifs de financement disponibles en Algérie sont considérés comme peu satisfaisants par six (06) répondantes, moyennement satisfaisants par sept (07) répondantes, et très satisfaisants par deux (02) répondantes. Concernant les programmes de formation en entrepreneuriat, ils sont jugés peu satisfaisants par quatre (04) répondantes, moyennement satisfaisants par onze (11) répondantes, et très satisfaisants par aucune répondante. Les réseaux professionnels et opportunités de networking sont, quant à eux, jugés peu satisfaisants par une (01) répondante, moyennement satisfaisants par neuf (09) répondantes, et très satisfaisants par une (01) répondante. Enfin, les soutiens spécifiques à l'entrepreneuriat féminin sont considérés comme peu satisfaisants par neuf (09) répondantes, moyennement satisfaisants par cinq (05) répondantes, et très satisfaisants par une (01) répondante. De manière générale, les femmes algériennes de notre échantillon sont majoritairement moyennement satisfaites des différents dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat. La mention "très satisfaites" reste faible, voire inexistante dans plusieurs catégories, ce qui souligne un potentiel d'amélioration important pour atteindre un niveau de soutien plus élevé et mieux adapté aux besoins des femmes entrepreneurs.

Figure N°21 : Satisfaction des femmes entrepreneures face aux dispositifs d'appui

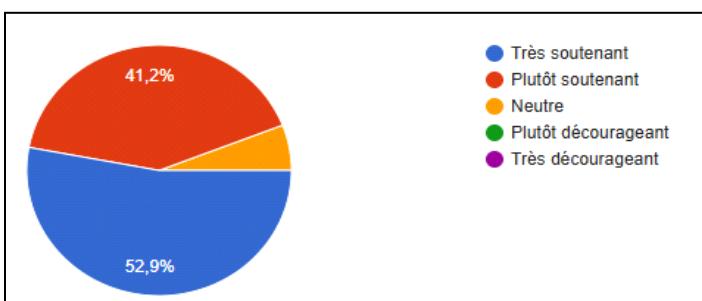


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.4.4 Rôle de l'entourage :

Le graphique montre que la majorité des femmes de notre échantillon soit dix-sept (17) femmes perçoivent leur entourage comme un soutien important dans leur parcours de création. Neuf (09) femmes déclarent que leur entourage est très soutenant, tandis que 41,2 %, soit sept (07) femmes le trouvent plutôt soutenant et que 5,9% soit une (01) femme déclare que le soutien de leur entourage reste neutre. Enfin aucune n'a qualifié son environnement de décourageant ou très décourageant, ce qui est un signal très positif mettant en avant un environnement favorable que ce soit sur le plan familial ou amical.

Figure N°22 : Rôle de l'entourage



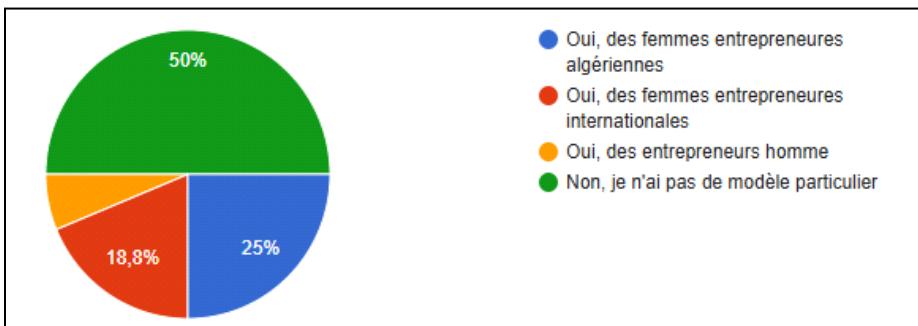
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.4.5. Sources d'inspiration des femmes entrepreneures algériennes :

Huit (08) femmes de notre échantillon se disent ne pas avoir été influencé par des femmes entrepreneures contre la moitié à savoir quart (04) femmes disent avoir été influencé par des femmes entrepreneures algériennes tandis que trois (03) femmes mentionnent des femmes entrepreneurs internationales et enfin une (01) seule femme indique avoir été inspirée par un entrepreneur homme. Ces résultats montrent que le choix de création de

start-up repose beaucoup plus sur un élément personnel que sur l'influence de modèle particulier.

Figure N°23 : Sources d'inspiration des femmes entrepreneures algériennes :



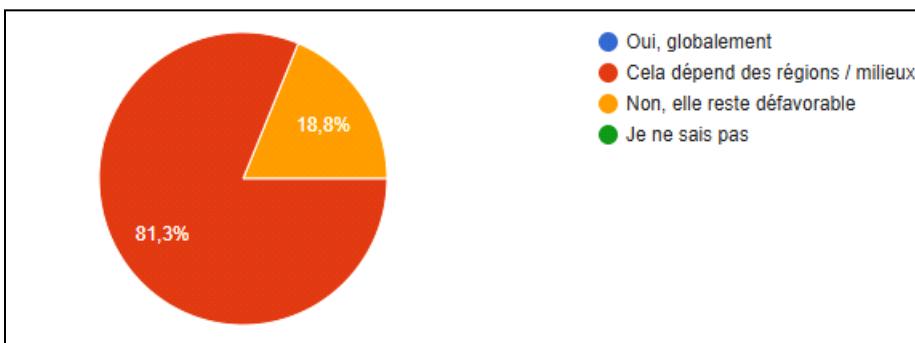
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.4.6 Perception culturelle du soutien à l'entrepreneuriat féminin en Algérie dans la création de Startup :

Concernant le soutien de la culture sociale algérienne envers les femmes entrepreneurs, créatrice de start-up treize (13) femmes estiment que cela dépend des régions/milieux. Seulement 18,8 %, soit trois (03) femmes pensent que la culture sociale est globalement favorable et aucune n'a déclaré que la culture reste complètement défavorable.

Les résultats suggèrent qu'il existe des différences régionales dans le soutien accordé aux femmes entrepreneurs créatrice de start-up, et cela, met en lumière l'importance d'adapter les initiatives de soutien en fonction des contextes locaux afin de mieux pouvoir promouvoir la création de startup par les femmes.

FigureN°24 : Perception du soutien culturel

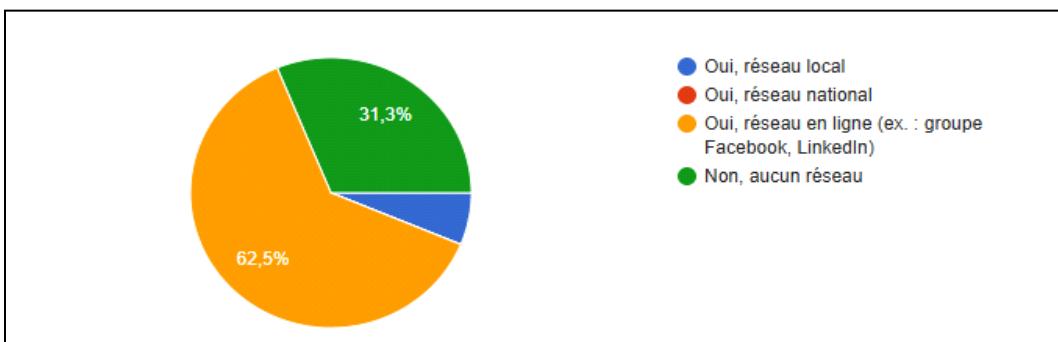


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.4.7 Appartenance à un réseau professionnel ou associatif féminin

Sur la question de l'appartenance à un réseau professionnel ou associatif, dix (10) femmes sont membres d'un réseau local. 31,3 % soit cinq (05) femmes ont indiqué faire partie d'un réseau national, tandis que 6,2 % soit une (1) femme est membres d'un réseau en ligne comme un groupe Facebook ou LinkedIn. Ces résultats soulignent l'importance des réseaux pour les femmes entrepreneurs, créatrices destartup tout en indiquant des opportunités d'élargir l'accès à des réseaux nationaux et en ligne.

Figure N°25 : Appartenance à un réseau professionnel ou associatif féminin

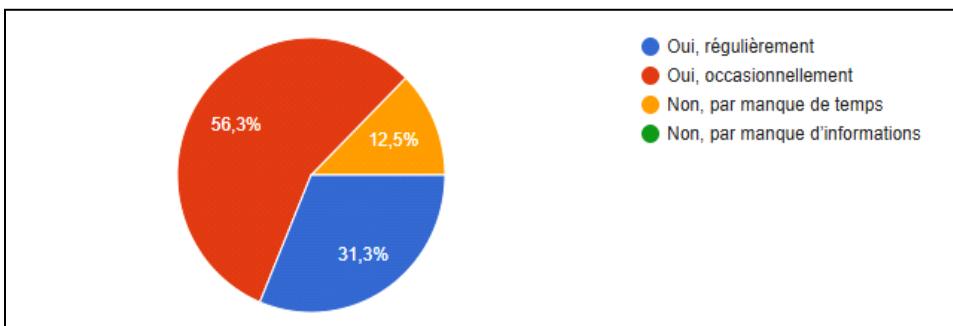


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.4.8. Événement professionnel :

L'analyse des réponses concernant leur participation à des événements et activités de réseautage relève que 56 ,3% équivalent à neuf (09) femmes y participent régulièrement. 31,3 %, soit cinq (05) à femmes prennent part de ses événements occasionnellement, tandis que 12,5 %, soit deux (02) femmes n'y participe pas par manque de temps et Aucune participantes, n'a mentionné un manque d'informations comme raison de leurs non-participations. Ces résultats montrent un engagement significatif des femmes dans le réseautage, tout en soulignant la nécessité de trouver des solutions pour celles qui manque de temps pour s'y impliquer davantage.

Figure N°26 : Événement professionnel

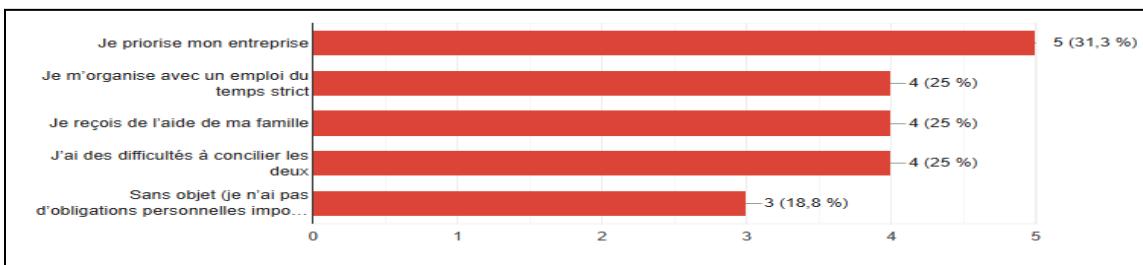


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.4.9 Gestion de l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle :

L'équilibre entre vie professionnelle et personnelle diffère parmi les femmes. Cinq (05) femmes privilégient leur carrière, tandis que 25 % soit quatre (04) organisent strictement leur emploi du temps. Un quart reçoit de l'aide familiale, mais 25 % rencontrent des difficultés pour concilier les deux sphères. Enfin, 18,8 % n'ont pas d'obligations personnelles majeures, disposant de plus de flexibilité.

Figure N° 27 : Gestion de l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle



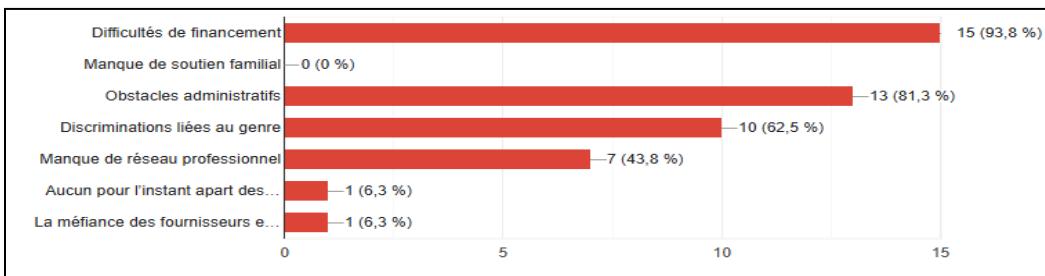
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.5 Obstacles et défis :

1.5.1 Les obstacles rencontrés par les femmes créatrices de start-up :

Les réponses des femmes de notre échantillon révèlent que la majorité d'entre elles, soit quinze (15) femmes, ont rencontré des difficultés de financement, représentant ainsi 93,8 % des répondantes. De plus, treize (13) d'entre elles, soit 81,3 %, ont fait face à des obstacles administratifs. Les discriminations liées au genre sont également largement mentionnées, avec dix (10) femmes, soit 62,5 %, affirmant en avoir été victimes. Par ailleurs, sept (07) femmes, soit 43,8 %, indiquent un manque de réseau professionnel. Enfin, une minorité, soit une (01) femme (6,3 %), mentionne la méfiance des fournisseurs, et une autre indique n'avoir rencontré aucun obstacle majeur. Aucune ne rapporte un manque de soutien familial. Ces résultats montrent que les femmes entrepreneures sont particulièrement touchées par des freins financiers et administratifs, souvent accentués par des discriminations liées au genre.

Figure N°28 : Les obstacles rencontrés par les femmes créatrices de start-up :

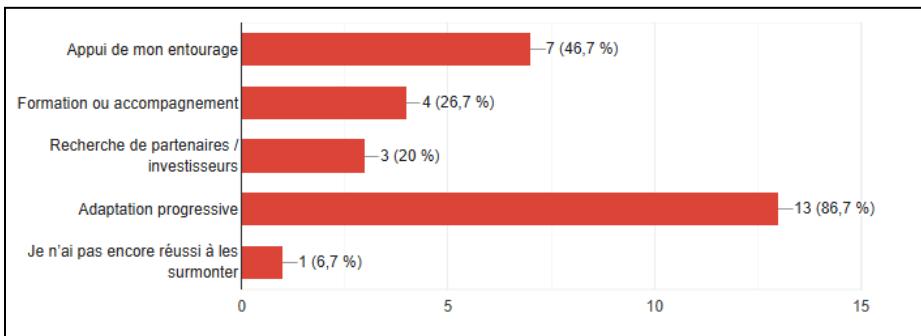


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.5.2 Les stratégies adoptées :

L'analyse de notre échantillon de dix-sept (17) femmes, a révélé que treize (13) femmes privilégièrent une adaptation progressive. 46,7 % soit sept (07) femmes mentionnent l'appui de leur entourage, tandis que 26,7 % soit quatre (04) femmes recherchent une formation ou un accompagnement. De plus, 20 % soit 3 femmes s'orientent vers la recherche de partenaires ou d'investisseurs. Enfin, soit une (01) femme n'a pas encore réussi à surmonter ces défis. Ces résultats soulignent l'importance de l'adaptation et du soutien social dans le parcours entrepreneurial des femmes.

Figure N°29 : Les stratégies adoptées.

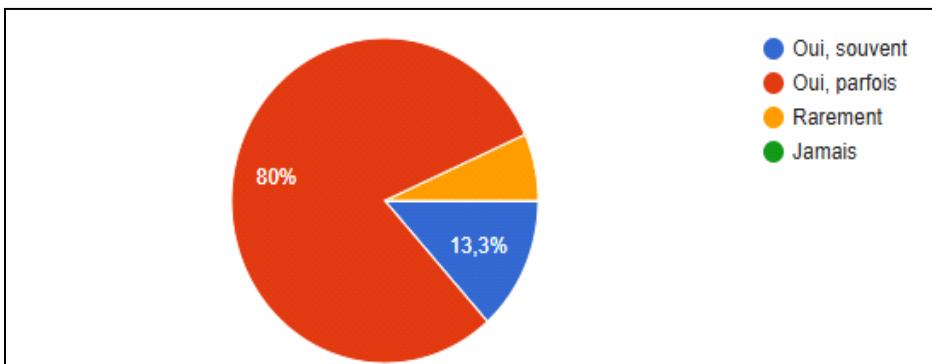


Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquêtes

1. 5.3 Perception des formes de discrimination :

L'analyse des résultats de notre enquête (12) femmes y sont parfois confrontées, 13,3 % soit deux (02) femmes indiquent qu'elles y sont souvent confrontées tandis qu'aucune participante soit 6,7 % a déclaré y être rarement ou jamais confronté. Ces résultats soulignent que les femmes créatrices de start-up sont majoritairement confrontées à de la discrimination sur le marché entrepreneurial.

Figure N°30 : Perception des formes de discrimination.



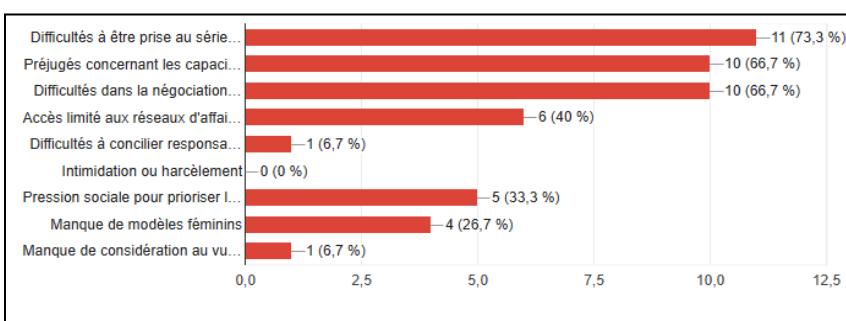
Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquêtes

1.5.4 Types d'obstacles liés au genre :

L'analyse des obstacles liés au genre rencontrés révèle que onze (11) femmes ont éprouvé des difficultés à être prises au sérieux, dix (10) d'entre elles mentionnent des préjugés concernant leurs capacités, tandis que dix (10) autres font face à des difficultés dans la négociation

Egalement six (06) femmes rapportent des intimidations ou du harcèlement, quatre(04) autres ressentent une pression sociale pour prioriser les responsabilités familiales. Enfin, 6,7 % soit une (01) femme évoque un manque de crédibilité dans les milieux masculins. Ces résultats mettent en lumière les défis significatifs que les femmes entrepreneures créatrice de startup doivent surmonter en raison de stéréotypes de genre, soulignant la nécessité de lutter contre ces obstacles.

Figure N° 31 : Types d'obstacles liés au genre.



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête

1.5.5 Moyens utilisés par les femmes pour surmonter les défis (Question ouverte) :

D'après l'ensemble des réponses reçues nous pouvons comprendre que la majorité frappante des femmes ont pu surmonter les obstacles auxquels elles ont été confrontées lors de leurs parcours entrepreneurial en restant fidèle à leurs idées et en s'entourant de

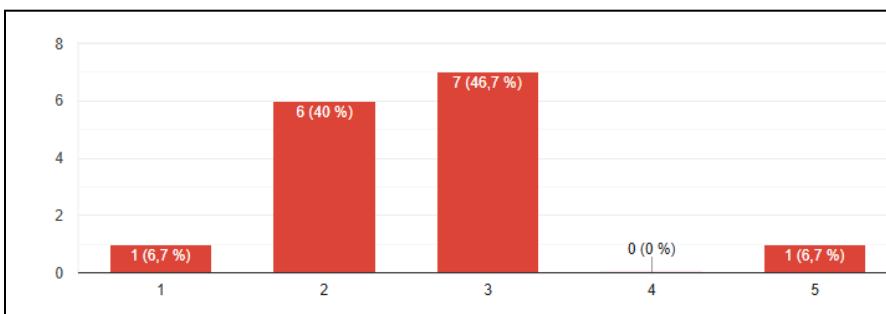
personnes qui crois en elles ainsi, qu'en sarment de beaucoup de patience, de ténacité et d'autodérisision. Les défis, notamment financier et discriminatoire, nécessite une grande confiance en soi et le conseil qu'elle donne à chaque fois, et de saisir ses opportunités et d'établir des connexions avec d'autres entrepreneur, créateur de start-up et renforcer leurs compétences par des formations et des coachings comme expliquer par une des répondantes « Il y'aura toujours des obstacles plus souvent difficile, des fois, surmontable, des fois un peu plus difficile à surmonter mais il faut être étant tête et croire en ses rêves , chaque refus et chaque regard condescendant J'essaye de le transformer en moteur de réussite. J'ai appris à ne rien laisser passer, je me suis entouré de personnes qui croient avant mon projet, que ce soit des femmes ou des hommes, et je me suis appuyer sur le soutien de ma famille et de mes amis, ainsi que des collègues pour pouvoir continuer et trouver des solutions ensemble. »

1.5.6 Evaluation des difficultés que rencontrent les femmes, par rapport aux hommes dans la création de startups :

Comparez aux difficultés rencontrées par les hommes sept (07) des participantes estiment que la difficulté se situe à trois sur cinq (3 sur 5), six 6 femmes la notent à 4, tandis qu'une participante la juge à 1.

Ces résultats soulignent une perception généralisée d'une difficulté modérée chez les femmes entrepreneures en Algérie, liée aux obstacles spécifiques qu'elles rencontrent dans leur parcours.

Figure N°32 : Evaluation des difficultés que rencontrent les femmes, par rapport aux hommes dans la création de startups.



Source : Généré par Google Forms à partir des données de l'enquête.

2. Enquête qualitative :

Entretien N01 : L'entretien réalisé le mardi 20 mai, de 14h à 16h15, a permis de recueillir le témoignage d'une jeune fondatrice dans le secteur de la technologie médicale. Son

parcours illustre une reconversion réfléchie, nourrie par la rencontre entre ses compétences en marketing B2B et son intérêt pour l'innovation. Comme elle le dit elle-même : « C'est justement en croisant mes compétences en marketing et mon intérêt pour l'innovation que j'ai décidé de m'orienter vers ce secteur. » Elle met en avant l'importance de l'expérience personnelle, de l'autonomie dans l'apprentissage, et souligne que « ce n'est pas tant les études, mais la capacité à apprendre sur le terrain » qui fait la différence. Le déclencheur de son projet réside dans une opportunité identifiée sur le marché algérien : « l'absence d'outils simples et efficaces pour permettre aux patients de prendre facilement leurs rendez-vous médicaux. »

Elle évoque également une expérience marquante liée à la présentation de son projet devant un jury universitaire : « *je me suis retrouvée face à un jury qui, au lieu d'évaluer mon travail, a passé plus de trois heures à critiquer le concept.* » Cette épreuve été un élément fort de sa détermination. En phase de lancement de son application, elle souhaite à présent toucher un large public et collaborer avec les professionnels de santé.

Sur le plan personnel, son choix entrepreneurial s'inscrit dans un désir d'indépendance et de transformation sociale : « *j'ai toujours eu envie de construire quelque chose qui ait du sens* », et « *montrer qu'il est possible de prendre sa place, de diriger, d'innover* ». En revanche, parmi les difficultés rencontrées elle note le manque d'accompagnement adapté aux start-ups : « *la plupart des dispositifs avaient une approche assez classique, peu flexible.* » Elle déclare n'avoir reçu aucun mentorat formel, mais s'être formée seule, en s'appuyant de l'aide de certaines connaissances. Elle souligne l'importance des réseaux féminins, notamment à travers son expérience dans un concours entrepreneurial qui lui a permis de « rencontrer des femmes entrepreneures très inspirantes ». Toutefois, elle pointe les barrières invisibles liées au genre : « *on sent très souvent qu'il faut en faire deux fois plus pour être prise au sérieux* », et affirme que ces défis ont renforcé sa détermination. Face à cela, elle adopte une posture d'adaptation et de confiance en soi : « *j'ai appris à avancer même sans validation extérieure.* » Elle envisage l'avenir avec ambition et certitude, envisageant l'expansion de sa plateforme au niveau national et continental, tout en encourageant les femmes à « *ne pas attendre qu'on leur donne la permission pour se lancer* ».

2.2Entretien N02 : Le deuxième entretien réalisé le jeudi 22 mai de 10h à 11h, met en avant le parcours d'une entrepreneure dans le domaine du cosmétique naturel. Issue d'une famille imprégnée des savoirs traditionnels, elle explique « *j'ai vu ma mère soigner, hydrater, et sublimer notre peau avec des trésors venus tout droit de notre terre algérienne.* » C'est lors d'un voyage loin de chez elle et en pleine pandémie, qu'elle ressent le besoin de renouer avec ses racines et de créer une marque qui « *raconte notre histoire* ». Sa formation en marketing digital a joué un rôle structurant, mais elle insiste sur l'apprentissage par la pratique : « *c'est le terrain, les échanges avec nos clientes, et l'apprentissage quotidien qui m'ont le plus appris.* » Son projet est animé par une volonté de valoriser les plantes médicinales algériennes dans un secteur qu'elle considère comme « *à fort impact* ». Parmi ses motivations personnelles, elle cite « *le désir d'indépendance* », mais aussi « *l'envie de transmettre, de rendre hommage à ma mère, à nos traditions* ». Elle évoque également son amour pour l'innovation quelle a mis en pratique lors de la phase de fabrication de ses produits : « *j'ai adoré innover dans la création de nos produits, mais aussi dans leur mise en bouteille, que nous réalisons selon une technique spéciale afin de préserver les bienfaits naturels de nos ingrédients.* »

Par ailleurs, le financement a constitué un réel problème, surmonté grâce à un autofinancement initial, suivi d'une réinjection continue des bénéfices. Comme pour le premier témoignage, elle déplore l'absence d'accompagnement structuré au départ : « *on apprend souvent seuls, sur le tas* ». Toutefois, le soutien informel d'autres entrepreneurs a été un levier précieux. Elle n'est pas partie prenante d'un réseau féminin, ayant fait appel à son mari et sa cousine pour bâtir son projet.

Elle exprime également le poids des stéréotypes : « *on vous demande de rassurer, de démontrer, de justifier* », et parfois même de réaffirmer sa légitimité : « *on suppose parfois que je suis 'l'image' de la marque mais pas la fondatrice réelle.* » Pour y faire face, elle mise sur « *l'excellence, la transparence et les résultats* ». Enfin, ses conseils aux femmes sont directs et encourageants : « *foncez. N'attendez pas d'être prêtes* », tout en appelant à une simplification, une flexibilité administrative et une adaptabilité des dispositifs au besoin des femmes créatrices de start-ups.

Section 03 : Interprétation des résultats

-La comparaison, entre les résultats de quantitative et l'enquête qualitative met en lumière plusieurs concordances sur les réalités vécues par les femmes algériennes créatrice de start-ups. L'enquête quantitative révèle que les femmes Crée majoritairement des start-ups, par envie d'innovation, par passion et pour atteindre l'autonomie financière. Ce que confirme les deux entrepreneures interrogées qui évoque un attachement personnel, une passion pour l'innovation et une envie de répondre à un besoin concret. Les obstacles identifiés dans l'enquête sont principalement le manque de financement, les lourdeurs administratives et les discriminations liées au genre ce qui étais également ressentis par les interviewées.

Concernant l'accompagnement, bien que la majorité des participantes à l'enquête déclarent en avoir bénéficié, les témoignages des deux interviewés soulignent que ces dispositifs restent souvent mal adaptés aux réalités des jeunes start-up, obligeant les fondatrices à se former par elles-mêmes ou à chercher du soutien dans des réseaux informels. Enfin, les deux enquêtées mettent en évidence une forte ambition de la part de ces femmes, qui malgré les contraintes, aspirent à développer leurs startups, aussi bien au niveau local qu'international. Ainsi, les données quantitatives offrent une vision globale, tandis que les entretiens permettent d'approfondir la compréhension des parcours, en illustrant les défis quotidiens, mais aussi la détermination de ses femmes créatrices de startups.

Conclusion du chapitre 3 :

Dans ce chapitre, nous avons exploré l'engagement entrepreneurial des femmes algériennes dans la création de startup à travers une étude de terrain mêlant données quantitatives et qualitatives. Cette enquête nous a permis de mieux cerner les profils, les motivations, les parcours et les obstacles rencontrés par ces femmes qui ont choisi de se lancer dans la création de startups.

Les résultats révèlent un fort potentiel entrepreneurial, porté par des femmes déterminées, souvent jeunes et instruites, mais confrontées à des défis notables comme le manque de financement, les freins administratifs et les stéréotypes sociaux. Malgré cela, elles font preuve de résilience, mobilisent leur entourage et s'investissent dans des réseaux et formations pour avancer.

Cette analyse met en évidence l'importance de créer ; de renforcer ; et d'améliorer les dispositifs de soutien spécialiser dans la création de startup, d'adapter des politiques d'accompagnement et de promouvoir une culture plus inclusive afin de libérer pleinement l'énergie créative des femmes entrepreneures créatrice de Start up en Algérie.

Conclusion General

Conclusion générale :

Ce mémoire s'est attaché à comprendre les dynamiques, les motivations et les obstacles liés à l'engagement entrepreneurial des femmes algériennes dans la création de startups. L'analyse théorique a permis de cerner les spécificités de l'entrepreneuriat féminin, marqué par une approche plus sociale, collaborative et prudente, ainsi qu'un rapport particulier au risque et à l'innovation. Des modèles comme les théories féministes ou le cadre des « 5M » de Brush ont enrichi cette compréhension.

L'étude de terrain, menée auprès de 17 femmes créatrices ou en cours de création de startups, a mis en lumière des profils majoritairement jeunes (25–34 ans), hautement diplômés (notamment en Master), et fortement motivés par l'autonomie financière, la passion, l'innovation et l'envie de répondre à un besoin non satisfait sur le marché. Le secteur technologique arrive en tête, suivi par la cosmétique, le commerce et l'artisanat. Ces choix sont souvent influencés par la formation académique ou des opportunités perçues sur le marché.

Malgré cette énergie entrepreneuriale, les femmes restent confrontées à des freins significatifs : financement souvent limité à des fonds personnels (81,3 %), faible recours aux dispositifs d'accompagnement, démarches administratives complexes, manque de réseau, et peu de collaborateurs ou d'employés. La majorité opèrent seules ou avec peu d'associés, et leurs startups restent à petite échelle.

Un autre frein majeur mis en évidence par notre enquête est la **discrimination liée au genre**, vécue de manière directe ou indirecte. Certaines participantes ont évoqué des attitudes sexistes, un manque de reconnaissance ou des stéréotypes qui continuent de freiner leur accès à certaines ressources ou opportunités, notamment dans les milieux professionnels dominés par les hommes. Ce facteur renforce la difficulté d'évoluer dans un écosystème encore inégalitaire.

Les dispositifs d'accompagnement (ANADE, ANGEM, WOMWORK, etc.) sont relativement connus, mais souvent mal utilisés ou perçus comme peu efficaces. La satisfaction des femmes quant au soutien institutionnel, au financement ou aux formations est globalement moyenne. En revanche, l'entourage familial et social joue un rôle clairement positif, et la plupart des femmes déclarent avoir été soutenues dans leur projet.

Enfin, les trajectoires observées révèlent des stratégies d'adaptation ingénieuses : autofinancement, réseautage local, participation à des concours ou intégration à des incubateurs. La création de startups constitue non seulement une réponse économique mais aussi un acte d'émancipation, de prise de pouvoir et de transformation sociale.

L'entrepreneuriat féminin en Algérie avance avec force et détermination. Pour qu'il s'épanouisse pleinement, un environnement plus favorable, inclusif et structuré reste à construire, capable d'offrir à ces femmes les outils, les ressources et la reconnaissance qu'elles méritent.

Bibliographies

Bibliographies:

- 1.Belcourt, M. (1991). Female entrepreneurs as a new economic force. *Journal of Business Ethics*, 10(5), 439–447.
- 2.Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24.
- 3.Canadian Working Group on Women Entrepreneurs. (1980). *Women entrepreneurs in Canada: Myths and realities*. Ottawa: Canadian Advisory Council on the Status of Women.
- 4.De Beaufort, V. (2011). *Femmes et pouvoir*. Dunod.
- 5.Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage: An evaluation of the evidence. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 807–834.
- 6.Gomez, C., Reichert, T., & Strasser, S. (2014). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in the 21st century. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 12(2), 65–82.
- 7.Greer, M. J., & Greene, P. G. (2003). Feminist theory and the study of entrepreneurship. In J. E. Butler (Ed.), *New perspectives on women entrepreneurs* (pp. 1–24). Information Age Publishing.
- 8.Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715.
- 9.Lavoie, D. (1988). *Women entrepreneurs: Toward a new economic power*. Canadian Advisory Council on the Status of Women.
- 10.Moya, M., & Ferrer, E. (2013). *Social psychology of gender in the workplace*. In *Gender and leadership* (pp. 157–178). Springer.
- 11.Powell, G. N. (2014). *Women and men in management* (4th ed.). Sage Publications.
- 12.Schwartz, E. (1976). *Entrepreneurship: A new female frontier*. *Journal of Contemporary Business*, 5(1), 47–76.
- 13.Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
- 14.Welter, F. (2011). *Contextualizing entrepreneurship: Conceptual challenges and ways forward*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165–184.
15. Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for Women'sEntrepreneurship. International Journal of Gender and Entrepreneurship.
16. APS. (2024, février). *Plus de 32 000 nouvelles femmes commerçantes inscrites en 5 ans*. Agence Presse Service.<https://www.aps.dz/economie/167972-registre-de-commerce-plus-de-32-000-nouvelles-femmes-commerçantes-inscrites-en-5-ans>
- 17.Dzair World. (2024, août 28). *Algérie : L'entrepreneuriat féminin gagne du terrain*.
- 18.Mansouria Fodeili. (2024, août 27). *Constante evolution de la place des femmes dans l'entrepreneuriat e-bourse*.

19.Horizons. (2025, janvier 3). *Entrepreneuriat féminin, une progression continue.* <https://www.horizons.dz/?p=213933>

Annexes

Annexes N01 :

Université A. Mira Bejaia

Faculté sciences économiques, sciences de gestion, sciences commerciales.

Questionnaire sur : l'engagement entrepreneurial des femmes algériennes dans la création de start-up : Dynamique, défis et perspective

Dans le cadre de notre mémoire intitulé « L'engagement entrepreneurial des femmes créatrices de startups en Algérie : Dynamique, défis et perspectives », Nous réalisons cette enquête afin de mieux comprendre l'engagement des femmes dans la création de startups et d'identifier les défis qu'elles rencontrent.

L'objectif de ce questionnaire est d'analyser vos perceptions, vos motivations, ainsi que les obstacles que vous pourriez rencontrer dans ce domaine. Les réponses recueillies resteront strictement anonymes et seront utilisées uniquement à des fins académiques. Votre participation est précieuse pour la réussite de notre travail de recherche. Le temps estimé pour remplir ce questionnaire est d'environ 10 minutes. Nous vous remercions sincèrement pour votre contribution et votre aide.

Réalisé par : Djenadi Macissilia **Email :** macissiliadj@gmail.com

Encadrée par : Madame Aicha Bagdi

Merci pour votre participation !

AXE 01 : le Profil des femmes entrepreneures

1. Quel est votre âge ?

Moins de 25 ans

25-34 ans

35-44 ans

45-54 ans

55 ans et plus

2. Quel est votre niveau d'études ?

sans diplôme

Bac +2

Licence / BAC +3

Master / BAC +5

Doctorat

Formation professionnelle

Autre (Précisez).....

3. Quelles est votre domaine de formation ?

Science économie, gestion ou commerce

Science et technologies

Science juridique

Lettres langues ou art

Autre (Précisez).....

4. Quelle est votre situation familiale ?

Célibataire

Mariée sans enfants

Mariée avec enfants

Divorcée

O Veuve

5. Dans quelle wilaya résidez-vous ?

Réponse ouverte

6. quel est votre milieu de résidence ?

O Urbain

O Semi-urbain

O Rural

7. Avez-vous une expérience professionnelle avant de créer votre start-up ?

Oui (précisez le nombre d'années et le domaine)
.....

O Non

AXE 02 : Identification de la Start up

8. quand avez-vous eu l'idée de votre Start up ?

O Au cours de mes études universitaires

O Lors d'une formation

O Après avoir étais confronter au chômage

O Autre (précisez)

9.À quel stade se trouve actuellement votre projet Startup ?

O Idée/Concept

O Développement/Prototype

O Start-up opérationnelle depuis moins d'un an

O Start-up opérationnelle depuis 1 à 3 ans

O Start-up opérationnelle depuis plus de 3 ans

O J'envisage de créer une start-up mais je n'ai pas encore commencé

10. Quel est le secteur d'activité de votre entreprise ?

O. Technologie / TIC

O. Cosmétique

O. Commerce

O. Services (coaching, consulting, etc.)

O. Agriculture / Agroalimentaire

O. Autre (précisez).....

11. Pourquoi avez-vous choisi ce secteur en particulier ? (Sélectionnez jusqu'à 03 réponses)

O Formation académique dans ce domaine

O Expérience professionnelle préalable

O Opportunité de marché identifié

O Passion personnelle

O Impact social potentiel

O Faible concurrence

O Facilité d'accès au marché

Autre (précisez) :

12. Votre secteur d'activité est-il :

O. Majoritairement féminin

O. Mixte

O. Majoritairement masculin

13. Avez-vous travaillé auparavant dans le même domaine que votre entreprise actuelle ?

O. Oui, plusieurs années

O. Oui, moins d'un an

O. Non, j'ai changé totalement de secteur

O. Non, c'est ma première expérience professionnelle

14. Quelles le Nombre de cofondateurs/associés ?

O Aucun (entrepreneuse individuelle)

O 1 associé

O 2-3 associés

O 4 associés ou plus

15. Vos associés sont majoritairement :

O Des femmes

O Des hommes

O Mixte à proportion égale

O Autres

16. Nombre d'employés dans votre entreprise (hors fondateurs) :

O Aucun pour le moment

O 1-5 employés

O 6-10 employés

O 11-20 employés

O Plus de 20 employés

17. Quelles est votre source de financement utilisées (plusieurs réponses possibles) ?

O Fonds personnels/familiaux

O Prêt bancaire

O Subventions publiques (ANSEJ, CNAC, ANGEM, etc.)

O Investisseurs privés/Business angels

O Capital risque

O Financement participatif (crowdfunding)

O Prix de concours d'entrepreneuriat

Autre (précisez) :

AXE 03 : Motivation et facteurs déclencheurs

18. Quelles sont les principales raisons qui vous ont poussée à créer votre entreprise ?
(Choix multiples possibles)

O Besoin d'autonomie financière

O Passion pour un domaine

- O. Volonté d'innover / Apporter du changement
 - O. Difficulté à trouver un emploi salarié
 - O. Suivre un modèle familial ou social
 - O. Autre (précisez)
19. Quel a été l'élément déclencheur de votre décision d'entreprendre ?

- O Une opportunité de marché identifiée
- O Un besoin personnel non satisfait
- O La perte d'un emploi
- O L'encouragement de mon entourage
- O Une rencontre inspirante
- O Une formation ou un programme d'accompagnement

Autre (précisez) :

.....

20 évaluez l'importance des facteurs suivants dans votre décision d'entreprendre : 1 pas important, 2 moyennement important, 3 très important

- O Désir d'autonomie professionnelle
- O Opportunité de revenus plus élevés
- O Volonté d'innover
- O Besoin de reconnaissance sociale
- O Volonté d'équilibrer vie professionnelle et familiale
- O Contribution au développement économique du pays
- O Être un modèle pour d'autres femmes

AXE 04 : Dynamique socio-économique et politique

21. Avez-vous bénéficié d'un accompagnement pour créer votre start-up ?

- O Oui
- O Non

22. Si oui, de quel type d'accompagnement avez-vous bénéficié ? (Sélectionnez toutes les réponses applicables)

- Incubateur/accélérateur
- Formation en entrepreneuriat
- Mentorat
- Programmes gouvernementaux de soutien (ANSEJ, CNAC, etc.)
- Associations/ONG de soutien à l'entrepreneuriat féminin
- Coaching individuel
- Accompagnement par une chambre de commerce
- Autre (précisez) :

23. Connaissez-vous les dispositifs suivants de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie ?
(Cochez ceux que vous connaissez)

- ANSEJ/ANADE (Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat)
- CNAC (Caisse Nationale d'Assurance Chômage)
- ANGEM (Agence Nationale de Gestion du Microcrédit)
- Fonds de garantie des crédits aux PME
- Algeria Venture (accélérateur public de startups)
- Label "Startup" et avantages associés
- Incubateurs universitaires
- Aucun de ces dispositifs

24. Avez-vous bénéficié de l'un de ces dispositifs ?

- Oui (précisez lequel : _____)
- Non, mais j'ai essayé sans succès
- Non, je n'ai pas essayé
- Non, je ne les connaissais pas

25.évaluez votre satisfaction concernant : 1 = peu satisfait, 2 = moyennement satisfait, 3= Très satisfait

Le soutien institutionnel aux femmes entrepreneures en Algérie :

Les dispositifs de financement disponibles :

Les programmes de formation en entrepreneuriat :

Les réseaux professionnels et opportunités de networking :

Le soutien spécifique à l'entrepreneuriat féminin :

26. Quel a été le rôle de votre entourage (famille, amis) dans votre projet entrepreneurial ?

Très soutenant

Plutôt soutenant

Neutre

Plutôt décourageant

Très décourageant

27. Avez-vous des modèles qui vous inspirent dans votre parcours entrepreneurial ?

Oui, des femmes entrepreneures algériennes

Oui, des femmes entrepreneures internationales

Oui, des entrepreneurs homme

Non, je n'ai pas de modèle particulier

28. Pensez-vous que la culture sociale algérienne soutient les femmes entrepreneures ?

Oui, globalement

Cela dépend des régions / milieux

Non, elle reste défavorable

Je ne sais pas

AXE 05: Réseaux et soutien

29. Êtes-vous membre d'un réseau professionnel ou associatif de femmes entrepreneur ?

Oui, réseau local

Oui, réseau national

Oui, réseau en ligne (ex. : groupe Facebook, LinkedIn)

Si oui laquelle

Non, aucun réseau

30. participez-vous à des événements professionnels ?

- O. Oui, régulièrement
- O. Oui, occasionnellement
- O. Non, par manque de temps
- O. Non, par manque d'informations

31. Comment gérez-vous l'équilibre entre votre vie personnelle et professionnelle ?

- O. Je priorise mon entreprise
- O. Je m'organise avec un emploi du temps strict
- O. Je reçois de l'aide de ma famille
- O. J'ai des difficultés à concilier les deux
- O. Sans objet (je n'ai pas d'obligations personnelles importantes)

32. Votre entourage vous soutient-il dans votre activité ?

- O. Oui, activement
- O. Oui, moralement
- O. Peu ou pas de soutien

AXE 06: Obstacles et défis

33. Quels obstacles avez-vous rencontrés avant et pendant la création de votre Start up ?

(Choix multiples possibles)

- O. Difficultés de financement
- O. Manque de soutien familial
- O. Obstacles administratifs
- O. Discriminations liées au genre
- O. Manque de réseau professionnel
- O. Autre (précisez).....

34. Comment avez-vous surmonté ces obstacles ?

- O. Appui de mon entourage

O. Formation ou accompagnement

O. Recherche de partenaires / investisseurs

O. Adaptation progressive

O. Je n'ai pas encore réussi à les surmonter

35. Avez-vous perçu une forme de discrimination en tant que femme entrepreneure ?

O. Oui, souvent

O. Oui, parfois

O. Rarement

O. Jamais

36. Si oui, quels types d'obstacles liés au genre avez-vous rencontrés ? (Sélectionnez toutes les réponses applicables)

O Difficultés à être prise au sérieux par les interlocuteurs (banques, fournisseurs, clients)

O Préjugés concernant les capacités des femmes à diriger

O Difficultés dans la négociation commerciale

O Accès limité aux réseaux d'affaires traditionnellement masculins

O Difficultés à concilier responsabilités familiales et entreprise

O Intimidation ou harcèlement

O Pression sociale pour prioriser la famille au détriment de l'entreprise

O Manque de modèles féminins

Autre (précisez) :

37. Comment avez-vous surmonté ces obstacles ? (Question ouverte)

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

38. Sur une échelle de 1 à 5 (1 = très difficile, 5 = très facile), comment évaluez-vous la difficulté pour une femme de créer une start-up en Algérie par rapport à un homme ?

.....

Annexe 02 : Guide d'entretien

Université A. Mira Bejaia

Faculté sciences économiques, sciences de gestion, sciences commerciales.

1. Guide d'entretien semi-directif :

Le présent guide fait partie de l'élaboration d'un mémoire de Master 2 en entrepreneuriat à la Faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales de l'Université de Bejaia. Il est destiné à un échantillon de femmes entrepreneures algériennes engagées dans la création de startups. Les informations recueillies demeureront confidentielles et ne feront l'objet que d'une utilisation purement pédagogique et de recherche scientifique.

Nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions suivantes avec la plus grande sincérité.

Merci pour votre coopération.

Mlle : Djenadi Macissilia

Guide d'entretien :

Introduction

- Présentation de l'objectif de l'entretien : « Comprendre les défis, motivations et impacts socioéconomiques liés à la création de startups par des femmes en Algérie. »
- Assurer la confidentialité des réponses.
- Demandé l'autorisation d'enregistrer (si possible).
- Inviter la participante à s'exprimer librement.

Thèmes et questions

1. Parcours entrepreneurial

- Quel a été votre parcours qui vous a menée à l'entrepreneuriat ?
- Quelles étapes clés ont marqué votre chemin ?

2. Formation et inspiration

- Comment votre formation a-t-elle influencé votre projet entrepreneurial ?
- Qu'est-ce qui vous a inspirée à créer votre startup ?
- Y-a-t-il un besoin spécifique que vous avez identifié sur le marché ?

3. Situation actuelle et objectifs

- À quel stade en êtes-vous actuellement avec votre startup ?

- Quels sont vos objectifs à court terme ?

4. Choix du secteur d'activité

- Comment avez-vous choisi le secteur d'activité de votre entreprise ?

5. Motivations personnelles

- Quelles motivations personnelles ont été déterminantes dans votre décision de créer une entreprise ?

6. Financement

- Avez-vous rencontré des difficultés à trouver des financements au début ?

- Si oui, comment les avez-vous surmontées ?

7. Accompagnement et mentorat

- Quel type d'accompagnement ou de mentorat avez-vous reçu dans votre parcours ?

- Cela a-t-il eu un impact significatif sur le développement de votre startup ?

8. Réseaux et soutien

- Êtes-vous impliquée dans des réseaux de femmes entrepreneures ?

- Si oui, comment cela vous aide-t-il ?

9. Obstacles spécifiques liés au genre

- Quels obstacles avez-vous rencontrés spécifiquement en tant que femme dans le monde de l'entrepreneuriat ?

- Comment ces défis ont-ils impacté votre parcours ?

10. Préjugés et stéréotypes

- Avez-vous constaté des préjugés ou des stéréotypes liés à votre genre dans votre expérience entrepreneuriale ?

11. Stratégies d'adaptation

- Quelles stratégies avez-vous mises en place pour faire face à ces obstacles ?

12. Perspectives d'avenir

- Comment envisagez-vous l'avenir de votre startup dans les prochaines années ?

13. Conseils aux futures entrepreneures

- Quels conseils donneriez-vous à d'autres femmes qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat ?

14. Soutien de l'écosystème entrepreneurial

- Selon vous, comment l'écosystème entrepreneurial en Algérie pourrait-il mieux soutenir les femmes entrepreneures ?

Conclusion

- Remercier la participante pour son temps et ses réponses.
- Proposer de rester en contact si elle souhaite ajouter des éléments ultérieurement.
- Rappeler la confidentialité et l'usage des données.

Informations complémentaires

- Durée : entre 1h et 2h15 selon le format (face à face ou visioconférence).
- Format : semi-directif pour laisser place à des échanges approfondis tout en couvrant les thèmes clés.

Table des matières

Introduction Générale.....	9
Chapitre I : Concept théorique de l'entrepreneuriat féminin.....	13
Introduction.....	14
 Section 01 : Fondements théoriques de l'entrepreneuriat féminin.....	15
1. Définition et caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin.....	15
2. Évolution de l'entrepreneuriat féminin.....	16
 Section 02 : Théorie approche fondatrice de l'entrepreneurat féminin.....	17
1. Théorie du genre	17
2. Théories féministe.....	18
3. Modèles des 5 M brush (2009)	19
Conclusion.....	20
Chapitre II: Engagement, défis et réussite des femmes entrepreneures créatrices de startups en Algérie.....	21
Introduction.....	22
 Section 01 : Motivation et défis de femmes algériennes dans la création de start-up..	23
1.Les motivations des femmes algériennes dans la création de startup	23
2.les défis des femmes entrepreneures algériennes a la création de startups	24
 Section 02: Impact du niveau d'éducation et des expériences professionnelles sur la création de start-up par des femmes algériennes.....	25
1.lien entre le niveau d'éducation des femmes algériennes et la réussite entrepreneuriale.....	25
2.l'influence des expériences professionnelles sur la réussite des startups des femmes	27
 Section 0 3: Dynamiques d'accompagnement et stratégies de réussite des femmes entrepreneures créatrices de startup.	25

1.influence des politiques algériennes sur les femmes entrepreneures créatrices de startups	26
2.roles des acteurs et des institutions locales dans le soutiens aux startups féminines.....	27
Conclusion.....	31
Chapitre III : Étude exploratoire sur l'engagement entrepreneuriat des femmes Algériennes à créer des start-ups.	32
Introduction.....	33
Section 01 : Méthodologie de recherche.....	34
1-Présentation de l'étude exploratoire.....	34
2-Echantillon et mode de collecte de données.....	34
Section 02 : Analyse et traitement des données de l'enquête	34
1-Présentation des variables et indicateurs étudiés.....	34
2-Analyse descriptive des données.....	34
Section 03 : Interprétation et discussion des résultats.....	57
1-Synthèse des résultats obtenus.....	58
Conclusion.....	59
Conclusion générale.....	60
Bibliographie.	
Listes des tableaux	
Liste des figures.	
Annexes.	
Table des matières.	
Résumé.	

Résumé

Ce mémoire s'intéresse à l'engagement entrepreneurial des femmes algériennes, en particulier dans la création de start-up. L'objectif principal était de mieux comprendre les motivations qui poussent ces femmes à entreprendre, les obstacles qu'elles rencontrent, ainsi que les formes d'accompagnement disponibles. À travers une enquête menée auprès de 17 entrepreneures, nous avons constaté que la majorité d'entre elles ne sont pas issues des filières classiques comme l'économie ou la gestion, ce qui montre une diversité croissante des profils. Le choix du secteur d'activité est souvent motivé par la passion (82,4 %), mais aussi par la formation reçue, les opportunités du marché ou encore la volonté d'avoir un impact social. La plupart des femmes interrogées (73,3 %) ont bénéficié d'un accompagnement, principalement sous forme de formations, de coaching individuel ou grâce à des dispositifs publics comme l'ANADE, la CNAC ou l'ANGEM. En revanche, les incubateurs privés ou certaines structures restent encore peu connus. Ce travail met en évidence une dynamique positive : les femmes entrepreneures sont de plus en plus nombreuses, motivées et ambitieuses, mais elles ont encore besoin de soutien, d'information et d'un environnement plus favorable pour développer pleinement leur potentiel entrepreneurial.