

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université A.MIRA-BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Économiques
Laboratoire ou unité de recherche de rattachement : Laboratoire Economie et Développement

THÈSE

EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME DE DOCTORAT

Domaine : SEGC Filière : Économie et Gestion
Spécialité : Économie managériale

Présentée par
Lillia HITACHE

Thème

**Le rôle des institutions dans le développement de l'entrepreneuriat féminin en
Algérie. Cas de la wilaya de Bejaia**

Soutenue le : 29/09/2022

Devant le Jury composé de :

Nom et Prénom

Grade

Mr OUKACI Kamal

Professeur

Univ. de Bejaia Président

Mr BELLACHE Youghourta

MCA

Univ. de Bejaia Rapporteur

Mr LASSASSI Moundir

Maitre de recherche

CREAD Examineur

Mme AIT SIDHOUM-TALEB Houria

MCA

Univ. de Bejaia Examinatrice

Année Universitaire : 2017/2018



Dédicaces

Je dédie ce travail de recherche:

À L'homme qui a toujours trouvé les moyens même quand il n'en possédait guère juste pour voir son
enfant réussir.

Papa

À La femme surdouée à laquelle son école allait sauter une classe mais son père l'a arrêté, tu es l'une
des raisons de ma recherche réalisée.

Maman

À La jeune femme que j'encourage de réaliser son rêve de Zaha Hadid, lance-toi, je suis là.

Ma sœur

À La jeune femme qui me voit comme modèle, je te l'ai déjà dit, la réussite est entre tes mains.

Ma petite sœur

Au petit garçon, tu n'es pas encore conscient de ce travail, sache que ta grande sœur

«Femme»

te protégera toujours.

Mon petit frère

À mon ange gardienne, je t'ai toujours ressenti là où tu étais, toi qui as toujours été « Femme »
rebelle.

Aujourd'hui, j'atteins ton âge...Ce travail te rend hommage

Ma chère tante défunte



Remerciements

Remerciements

Un travail de thèse...un vécu !

Ayant eu la chance de naître au sein d'une famille comme la mienne, la société algérienne n'a pas arrêté de me faire sentir « femme ».

Femme, dans une société où l'inégalité règne entre les deux sexes;

Femme, dans une société où chacun des jours menés avec succès est un combat;

Femme, dans une société où son sexe est considéré comme faible mais cette considération construit sa force...

Alors, je dédie ce travail à toute les femmes m'ayant permise de les aider à surmonter leurs obstacles rencontrés et je les remercie de leurs collaborations.

Je remercie de tout cœur mes chers parents,

Mon père qui m'a offert ma liberté dans une société où elle est interdite. Merci de ta confiance !

Ma mère qui m'a offert ses précieux conseils et grâce à elle je suis la femme que je suis devenue. Merci de ta foi !

Je remercie aussi mes sœurs qui m'ont supportées durant tout ce temps car je sais que des fois je suis insupportable mais tout de même adorable.

Je remercie mon tout petit frère dont les câlins me donnent de la force pour continuer...

Je remercie surtout mon cher directeur de thèse, Dr Yougourta Bellache, celui qui m'a formé dès mes premiers pas à l'université. Et à ce jour, en tant qu'enseignant, chef de département, vice-doyen ou directeur de thèse. Il a toujours su m'encourager. C'est un honneur pour moi de vous avoir eu comme directeur de thèse.

Mes remerciements vont autant à l'ensemble du corps des enseignants qui ont contribué à ma formation qu'à l'ensemble du personnel administratif m'ayant apporté leur soutien.

Mes remerciements s'adressent également aux membres du jury qui m'ont fait l'honneur d'examiner ce travail de thèse.

Je remercie tout particulièrement le professeur Hamid Kherbachi ainsi que le professeur Ahmed Touil pour tous leurs conseils et soutien.

Et je remercie spécialement,

Lydia Hitache pour toute son aide et ses déplacements

Amine pour sa participation

Charles Fontaine pour son amitié exceptionnelle

Tahar Rabhi pour son aide qui m'a été si précieuse

Souhila Hamoudi pour son partage scientifique

Dr Rafika Zidat pour son aide technique

Toute ma grande famille ainsi que tous mes amis et amies de près ou de loin

Sans oublier, mon Bewhite, un animal, un être, une tendresse, une force...Merci mon chaton !

Et je te remercie toi !



Sommaire

Sommaire

Le rôle des institutions dans le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Cas de la wilaya de Bejaia

Introduction générale

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat féminin selon l'approche institutionnelle et l'approche genre

1. L'entrepreneuriat : définitions, caractéristiques et typologies
2. L'entrepreneuriat féminin : définitions, caractéristiques et typologie
3. Les approches genre et institutionnelle de l'entrepreneuriat : quels enseignements?
4. Entrepreneuriat féminin : quelles spécificités et quelles contributions ?

Chapitre 2 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie : état des lieux et rôle des institutions

1. Aperçu sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin en Algérie
2. Etat des lieux de l'entrepreneuriat féminin
3. Le rôle des institutions dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : vers l'approche genre ?

Chapitre 3 : Méthodologie de l'enquête et contexte de l'étude :

1. La wilaya de Bejaia: population, emploi et éducation
2. La place des femmes dans l'entrepreneuriat à Bejaia: PME et artisanat
3. Méthodologie de l'enquête : objectifs, questionnaire, échantillon et déroulement de l'enquête

Chapitre 4 : L'entrepreneuriat féminin à Bejaia : caractéristiques générales, typologie et contraintes

1. Les caractéristiques générales des jeunes femmes enquêtées
2. Le profil des femmes potentiellement entrepreneures
3. Typologie de jeunes femmes entrepreneures: Apport et contraintes

Conclusion générale

Bibliographie



Liste des abréviations

Liste des abréviations

ACL : Agglomération de Chef-Lieu
ACLDQ : Association des Centres Locaux de Développement du Québec
ADM : Activité À Domicile
AFC : Allocation Familiale Complémentaire
AFCM : Analyse Factorielle des Correspondances Multiples
AFCM : Association des Femmes Chefs d'entreprises au Maroc
AFEM : Association des Femmes Chefs d'Entreprises
AIDE CS : Aide en termes de Capital Social
Aide Psycho : Aide Psychologique
AME : Algériennes Mangers et entrepreneurs
ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement
ANEM : Agence Nationale de l'Emploi
ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
ANGEM : Agence Nationale de Gestion de Micro-crédit
APSI : Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement
AT : Accidents du Travail
A²O : Accompagnement d'Affaires par Opportunités
B Conseils : Besoin de Conseils
BIT : Bureau International du Travail
BM : Banque Mondiale
BTP : Bâtiments et Travaux Publics
BTPH : Bâtiments, Travaux Publics et Hydraulique
CA : Chiffre d'Affaire
CFPA : Centre de Formation Professionnelle et d'Apprentissage
CFPAF : Centre de Formation Professionnelle et d'Apprentissage Féminin
CFPAM : Centre de Formation Professionnelle et d'Apprentissage Mixte
CLD : Centres Locaux de Développement
CNA : Conseil National des Assurances
CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage
CNAM : Chambre Nationale de l'Artisanat et des métiers
CNAS : Caisses Nationale des Assurances Sociales des travailleurs salariés

Liste des abréviations

CNRC : Centre National du Registre de Commerce

CREAD : Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement

CRIC : Cellule Régionale d'Innovation et de Compétitivité

CUIE : Centre Universitaire d'Insertion et d'Essaimage

CV : Curriculum Vitae

DA : Dinars Algérien

D Création : Désir de Création

D Démarches : Début des Démarches de Création

DEF : Développement de l'Entrepreneuriat Féminin

DPAT : Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire

DPSB : Direction de Programmation et de suivi Budgétaire

E matri : État Matrimonial

ERF : Entrepreneuriat Rural et Féminin

FCE : Femme Chef d'Entreprise

FEP : Femme Entrepreneure Potentielle

FFMF : Fonction la plus répandue des Femmes Membres de la Famille

GEM : Global Entrepreneurship Monitor

GRH : Gestion des Ressources Humaines

GUD : Guichet Unique Décentralisé

IAIG : Indemnité pour Activité d'intérêt Général

IDH : Indicateur du Développement Humain

IFP : Indicateur de Participation des Femmes

I.NOV : Un concept représentant une réussite québécoise d'importance au sein du secteur alimentaire

INES : Institut Nationale de l'Enseignement Supérieure

INSFP : Institut National Spécialisé en Formation Professionnelle

ISMME : Industries Sidérurgiques, Métallurgie, Mécaniques et Électrique

JORA : Journal Officiel de la République Algérienne

KM : Kilomètres

MENA : Middle East and North Africa

MOAN : Moyen Orient et Afrique du Nord

MP : Maladies Professionnelles

Liste des abréviations

MPMEA : Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat

MRC : Municipalités Régionales de Comté

N Instruction : Niveau d'Instruction

OCDE : Organisation de Coopération et Développement Économique

OIT : Organisation Internationale du Travail

ONS : Office Nationale des Statistiques

ONUDI : Organisations des Nations Unis pour le Développement Industriel

PAE : Participation à l'Activité Entrepreneuriale existante au sein de la famille

PDG : Président Directeur (trice) Général (e)

PE : Petite Entreprise

PME : Petite et Moyenne Entreprise

PMI : Petite et Moyenne Industrie

PNUD : Programme des Nations Unis pour le Développement

RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

SDE : Services d'appui au Développement des Entreprises

S Préféré : Statut Préféré

SPSS : Logiciel d'analyse statistique

Statut E : Statut de l'Entrepreneure

TEA : Taux d'Activité Entrepreneuriale

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

TPE : Très Petite Entreprise

UE : Union Européenne

UMA : Union du Maghreb Arabe

VP : Valeurs Phares de l'entreprise

WB : World Bank

WBGS : World Bank Gender Statistics

Xlstat : Logiciel d'analyse de données pour Excel



Introduction générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat est un domaine pluridisciplinaire. Plusieurs spécialistes dans différents domaines (économie, gestion, sociologie, psychologie...) s'intéressent à la problématique de l'entrepreneuriat en cherchant notamment à le caractériser et à comprendre ses motivations, les logiques en œuvre, les comportements des acteurs entrepreneurs ainsi que les obstacles à l'acte d'entreprendre.

L'entrepreneuriat, en tant que phénomène économique et social, devient de plus en plus important au niveau mondial, tant dans les pays développés que dans les pays en développement et concerne toutes les catégories sociales. L'activité entrepreneuriale est ainsi reconnue pour son rôle capital dans le développement économique en tant que facteur de création d'emplois et de richesses. Son rôle est encore plus important dans les pays en développement, confrontés au problème du chômage qui affecte particulièrement les jeunes et les femmes (Bellache et Adair, 2015).

En dépit des nombreuses recherches réalisées sur le phénomène de l'entrepreneuriat qui ne cesse de progresser, l'entrepreneuriat féminin demeure insuffisamment abordé par les chercheurs (De Beaufort, 2011) et ne fait toujours pas l'objet d'une attention particulière des politiques publiques notamment dans les pays en développement et en Algérie. Or, ces femmes sont de plus en plus nombreuses à entreprendre et créer ainsi leurs propres entreprises autonomes, qui sont souvent de petite taille voire même de très petite taille (Amoros et Bosma, 2014). Ces femmes entrepreneures contribuent, d'une part, à la création d'emplois, en créant, au-delà de leur propre emploi, de l'emploi pour les autres (OCDE, 2004, p9 ; De Beaufort, 2011, p8) et d'autre part à la satisfaction d'une demande sociale dans certains secteurs spécifiques (services à la personne, artisanat, éducation, santé...). Cependant, l'entrepreneuriat féminin demeure insuffisamment exploré et particulièrement dans les pays en développement où il constitue un phénomène important et croissant.

L'entrepreneuriat féminin peut être défini comme un ensemble d'activités effectuées par les femmes en dehors du ménage et qui leur permettent de réaliser un profit suffisamment élevé pour au moins maintenir leur activité (Abderhamane, 1997, p17).

Le groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin québécois, au début de l'an 2000, définit la femme entrepreneure comme étant la femme, qui seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les responsabilités financières, administratives et sociales, et qui participe quotidiennement à sa gestion.

Dans un rapport établi par la conférence interministérielle d'Istanbul en 2004 sur l'entrepreneuriat féminin dans le monde (OCDE, 2004), il a été souligné que ce type d'entrepreneuriat pourrait être étudié à part, pour au moins deux raisons principales. Premièrement, depuis un certain nombre d'années, il est reconnu comme une source non

négligeable de croissance économique insuffisamment exploitée (De Beaufort, 2011). Les femmes entrepreneures contribuent à la création d'emplois, tout en apportant à la société, du fait de leur spécificité et principalement par leur rôle de mère des solutions différentes pour la gestion, l'organisation et le traitement des problèmes des entreprises qui, souvent sont différents de celles de leurs homologues hommes. Cependant, leur nombre en tant que chef d'entreprise reste encore minoritaire. Les initiatives de l'OCDE de 2004 attirent l'attention des responsables politiques et des chercheurs sur deux points : les obstacles spécifiques rencontrés par ces femmes entrepreneures et l'impact substantiel que ces dernières exercent sur l'économie. Deuxièmement, non seulement les femmes participent moins que les hommes à l'entrepreneuriat, mais quand elles décident de constituer une entreprise, elles se tournent généralement vers des secteurs spécifiques, différents de ceux investis par les hommes.

En effet, les obstacles rencontrés par ces femmes entrepreneures apparaissent à différents stades du processus de création d'entreprise, depuis l'intention de création jusqu'à la gestion de l'entreprise. Ces obstacles minimisent la création potentielle, empêchent le développement de l'entreprise créée et la maîtrise de sa gestion.

Les spécificités de l'entrepreneuriat féminin et particulièrement l'existence d'obstacles spécifiques qui entravent le développement de l'activité entrepreneuriale des femmes justifient l'intervention nécessaire des pouvoirs publics¹ et le rôle majeur que devraient jouer les institutions, au sens large du terme, pour favoriser la promotion et le développement de l'activité entrepreneuriale féminine par des politiques d'incitation, de soutien et d'accompagnement, axée sur l'approche genre². Les institutions chargées de la formation, du financement des projets et même l'environnement familial entourant la personne concernée devraient ainsi jouer un rôle de premier plan. La famille peut effectivement faire naître la culture entrepreneuriale au sein de son environnement interne. Le rôle de ces institutions se traduit par l'encouragement au déclenchement de l'acte d'entreprendre, par le développement de la performance des différentes entreprises créées qu'elles soient féminines ou pas, par la transition des activités du secteur informel vers le secteur formel et ce afin de développer ce type d'entrepreneuriat par l'exploitation des potentialités entrepreneuriales qui existent chez les femmes.

Le programme ERF (Entrepreneuriat Rural et Féminin) selon l'Organisation des Nations Unis pour le Développement Industriel (ONUUDI, 2003) considère que les femmes et la population rurale sont à un niveau similaire en termes de besoins :

Il faut donner aux femmes et aux populations rurales les moyens nécessaires afin de saisir les opportunités naissantes du marché, et ceci ne pèsera pas trop lourd du moment que les micro-

¹ Les gouvernements devraient élaborer des politiques visant à faciliter l'accès des femmes entrepreneures au financement, tels que des programmes d'entrepreneuriat spécifiques et adaptés avec des services personnalisés et des produits financiers sur mesure (Ehlermann *et al*, OCDE, 2015/2016, p 4).

² Il est encore très rare que les autorités élaborent des statistiques par genre (De Beaufort, 2011, p 3). L'intégration de la dimension « genre » est requise pour étudier toute activité économique et sociale, donc particulièrement l'entrepreneuriat pour identifier les différences, voire les inégalités et être ainsi en mesure d'adopter une démarche d'intégration qui comprend des actions (positives) affirmatives pour assurer l'égalité (De Beaufort, 2011, p03).

entreprises ne sont pas trop coûteuses et ne nécessitent pas de gestion complexe ou encore de fortes technologies.

L'apport économique de ces entreprises se traduit par la création de nombreux emplois et de revenus dans les régions relativement peu développées

« Encore faut-il que les cadres institutionnels et légaux en place soient une incitation aux initiatives individuelles. Les capacités humaines et un cadre institutionnel propice sont les conditions préalables indispensables pour que l'entrepreneuriat se développe, surtout en milieu rural » (ONUUDI, 2003).

Alors que, contrairement aux pays développés, le rôle que peuvent jouer les institutions dans le développement de l'entrepreneuriat féminin est pratiquement négligé dans les pays en développement et particulièrement en Algérie où cette problématique se pose avec plus d'acuité, de pertinence et d'actualité. Le pays accuse en effet un grand retard en matière de création d'entreprises et d'entrepreneuriat et il existe des disparités importantes (Banque mondiale¹, 2016) entre les hommes et les femmes dans ce domaine (Amoros et Bosma, 2014 ; Abedou *et al* 2011 ; MPMEA, 2016)².

Sachant qu'il existe un décalage important entre les intentions entrepreneuriales et les créations effectives d'entreprises (Abedou *et al*, 2011), un potentiel entrepreneurial important particulièrement chez les femmes reste inexploité. Le rôle des institutions en matière d'aide à la création, de soutien et d'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin paraît majeur dans de telles conditions.

Partant de ce constat, l'objet de notre étude consiste à analyser le rôle des institutions dans la promotion et le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Il s'agit ainsi d'identifier les différentes institutions concernées par l'accompagnement et la promotion du processus entrepreneurial, leur degré d'implication dans ce processus ainsi que les politiques et mesures mises en œuvre pour favoriser le développement de l'entrepreneuriat féminin.

L'acte d'entreprendre qui relève du comportement de l'individu (la femme dans notre cas) se développe aussi dans le cadre de l'éducation familiale. Ainsi, nous nous interrogeons sur le rôle de la famille, en tant qu'institution de base, dans le développement de l'esprit et du désir entrepreneuriaux chez la femme. Il s'agit aussi de voir si l'éducation familiale, la culture et les traditions de façon générale ne favorisent pas les hommes au détriment des femmes.

Nous nous interrogeons également sur le rôle des institutions en charge de l'éducation et de la formation professionnelle dans le développement de l'entrepreneuriat en général et féminin en particulier, sur le contenu des formations et sa relation avec l'entrepreneuriat ainsi que sur

¹ La région MENA présente les plus grandes inégalités juridiques entre les hommes et les femmes (Banque mondiale, 2016).

² La densité de la PME en Algérie est de 23 PME pour 1000 habitants alors que la moyenne internationale est de 45 selon le Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat (MPMEA, 2016). Il y'aurait ainsi un déficit de près de 2 million de PME en Algérie au regard de ce critère de densité. Selon le rapport « Global Entrepreneurship Monitor » GEM (2011) sur l'Algérie, le taux d'activité entrepreneuriale est très faible (9,6%) avec de fortes disparités entre les hommes (12,3%) et les femmes (5,7%).

l'adéquation de ces formations notamment professionnelles avec les exigences du monde socio-économique. Le financement¹ étant un volet important dans l'activité entrepreneuriale, nous nous posons la question de savoir comment les femmes désirant créer leur entreprise se comportent-elles en la matière ? S'adressent-elles aux institutions de financement (banques, dispositifs publics,...) ou recourent-elles à d'autres sources de financement (familiales, informelles,...) ? Et quel rôle jouent ces institutions de financement formelles en matière de promotion de l'entrepreneuriat féminin ?

Il y'a lieu enfin de s'interroger sur l'existence d'une coopération/coordination entre les différentes institutions pour mieux promouvoir et accompagner le développement de l'entrepreneuriat féminin. Il s'agit ainsi de vérifier si les politiques publiques en la matière sont imprégnées ou non de l'approche genre.

Afin de mieux traiter notre problématique de recherche, nous formulons trois principales hypothèses, que nous tenterons de vérifier en nous référant principalement à notre étude de terrain.

Hypothèse 1

Dans la société algérienne marquée par le patriarcat, le poids des traditions et des pesanteurs sociales, l'éducation familiale constitue un frein à l'acte d'entreprendre chez la femme.

Hypothèse 2

L'enseignement général et professionnel jouerait un rôle déterminant dans le développement de l'esprit et de la culture entrepreneuriaux chez les femmes et les individus de façon générale.

Hypothèse 3

La difficulté d'accès au financement pour les femmes désirant entreprendre constitue un obstacle majeur à la création et au développement des entreprises par les femmes.

Ainsi la présente étude vise à observer et analyser le rôle joué par l'ensemble de ces institutions dans la création et la promotion d'entreprises féminines.

Ce rôle, qui est à analyser en lien avec les rapports sociaux, se traduit par l'ensemble des opportunités offertes, de la réglementation à respecter et de leur mise en œuvre. Tout cela dans le domaine de la fiscalité, des règlements relatifs au commerce, de l'éducation familiale, du comportement de la société, de la formation avant et après la création, des stages, du soutien à la création de nouvelles entreprises et à la gestion d'entreprises déjà existantes et même la formation dédiée aux différentes institutions.

Pour vérifier ces hypothèses de travail, inspirées par nos lectures préalables sur le sujet, nous adoptons une démarche empirico-inductive, fondée sur une enquête de terrain réalisée

¹ En pratique, la législation peut influencer sur la possibilité, pour les femmes entrepreneurs, d'obtenir un crédit du fait que, les économies de différents pays de la région MENA ont des régimes juridiques de la séparation de biens et des règles en matière de succession très inégales (Banque mondiale, 2016).

dans la région de Bejaia en 2014/2015 auprès d'un échantillon assez large d'étudiantes et stagiaires de fin de cycle à l'université, des Centres de Formation Professionnelle et d'Apprentissage « CFPA » féminin et mixte ainsi qu'au niveau de l'Institut National Spécialisé en Formation Professionnelle « INSFP ». Cette enquête, qui s'adresse à la fois aux femmes entrepreneures ayant déjà créé leur entreprise qu'à celles qui sont porteuses de projet de création d'une entreprise (qu'il soit au niveau de l'intention ou de la création) vise, d'une part, à dresser le profil-type de la femme entrepreneure et d'autre part à identifier les différents obstacles qui entravent ou empêchent le projet entrepreneurial de ces femmes.

Les données de l'enquête réalisée ont ainsi été traitées à l'aide de deux logiciels (SPSS et XLSTAT) ayant servi notamment à faire, outre l'analyse descriptive, une analyse multidimensionnelle (analyse factorielle des correspondances multiples) à l'effet de construire une typologie des femmes entrepreneures notamment.

Notre travail est structuré en quatre chapitres, inscrits dans une progression cohérente et logique.

Le premier chapitre intitulé « l'entrepreneuriat féminin selon l'approche institutionnelle et l'approche genre », présente et discute les définitions de l'entrepreneuriat, ses caractéristiques ainsi que les différentes typologies proposées en mettant l'accent sur l'entrepreneuriat féminin. Ce dernier est analysé sous une double approche, genre et institutionnelle, pour tenter de dégager les spécificités de l'entrepreneuriat féminin ainsi que ses contributions.

Le deuxième chapitre traite du cas algérien en présentant un état des lieux et le rôle des institutions dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Après avoir présenté un aperçu sur l'entrepreneuriat en général et un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin, nous analysons le rôle des institutions dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie selon une approche genre.

Le troisième chapitre présente le contexte de notre étude (wilaya de Bejaia), le cas de l'entrepreneuriat féminin au niveau de Bejaia, ainsi que la méthodologie de l'enquête (objectifs, questionnaire d'enquête, échantillon et déroulement de l'enquête).

Le quatrième et dernier chapitre, qui constitue le cœur de notre travail de recherche, analyse et discute les résultats de l'enquête, menée auprès des 500 femmes étudiantes ou stagiaires en fin de cycle de Master, ou de stages réalisés dans les centres de formation professionnelle et d'apprentissage (CFPA féminin et mixte) ou au niveau de l'INSFP au cours de l'année 2014/2015. L'analyse des résultats de l'enquête ayant abouti à l'établissement d'une typologie des femmes entrepreneures et des femmes entrepreneures potentielles et à la synthèse des principales contraintes auxquelles sont confrontées ces femmes est ainsi précédée par une présentation des caractéristiques générales de l'échantillon des jeunes femmes enquêtées.



Chapitre 1 :

L'entrepreneuriat féminin selon l'approche institutionnelle et l'approche genre

Chapitre 1 : L'entrepreneuriat féminin selon l'approche institutionnelle et l'approche genre

L'entrepreneuriat prend de plus en plus d'importance au niveau mondial, tant dans les pays développés que dans les pays en développement. L'entrepreneuriat féminin, qui accuse un retard considérable et qui jusqu'ici ne bénéficie pas de l'attention qu'il mérite, commence à attirer l'attention tant des pouvoirs publics que des chercheurs, grâce notamment à sa contribution au développement économique et aux potentialités qu'il recèle. En effet, les PME féminines s'affirment de plus en plus et se développent de manière remarquable dans les tissus économiques de plusieurs pays dans le monde et deviennent ainsi des structures incontournables pour le développement et la croissance économique.

L'objet du présent chapitre est de dresser une revue de littérature sur l'entrepreneuriat féminin dans une perspective institutionnelle et de genre en tentant de mettre en relief ses principales caractéristiques, sa contribution ainsi que les obstacles spécifiques qui freinent son développement. Il est structuré en quatre sections. La première section traite de l'entrepreneuriat en général, présente les principales définitions et approches de celui-ci, ses caractéristiques et les typologies proposées. La deuxième section s'intéresse à l'entrepreneuriat féminin et propose un essai de typologie sur la base des définitions explorées et des principales caractéristiques du phénomène. La troisième section propose une analyse de l'entrepreneuriat féminin en mobilisant les approches genre et institutionnelle en cherchant à en tirer des enseignements pertinents pour le cas de l'Algérie, objet de notre étude. La quatrième et dernière section, s'intéresse à l'analyse des spécificités et contributions de l'entrepreneuriat féminin dans l'optique d'une analyse en termes de genre.

1. L'entrepreneuriat : définitions, caractéristiques et typologies

Cerner l'entrepreneuriat, c'est d'abord comprendre la notion, son évolution et ses traits caractéristiques. Si a priori, l'entrepreneuriat semble simple, son analyse fait l'objet d'approches diverses et multiples. Sa caractérisation et sa définition diffèrent d'un auteur à un autre, témoignant ainsi de la complexité de l'objet.

Ainsi, cette première section traite de la définition de l'entrepreneuriat, ses caractéristiques et les différentes typologies proposées mais aussi de l'acteur principal, au cœur de ce phénomène, à savoir l'entrepreneur.

L'entrepreneuriat est un phénomène récent dans les sociétés modernes. La compréhension de son émergence en tant que phénomène sociétal et économique relève de plusieurs approches procédant d'une diversité de disciplines. La recherche en entrepreneuriat est à l'évidence multidisciplinaire.

1.1. L'entrepreneuriat : définitions et fondements

1.1.1. Définitions et conception de l'entrepreneuriat

Comme nous l'avons souligné précédemment, la recherche en entrepreneuriat est multidisciplinaire mais nous allons nous focaliser sur les approches développées par les chercheurs en économie et en sciences de gestion.

Selon Verstraete, (2000, p11), « l'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation ». Cet auteur souligne le rôle de la modélisation dans la clarification du domaine de l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat « est le processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par des individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux, de temps et/ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service. L'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif, mais la valeur doit y être en partie instillée par l'entrepreneur dans la mesure où il rassemble et alloue les compétences et ressources nécessaires » (Hisrich et Peters, 1991, p11). En ce sens, il est à relever que l'entrepreneuriat fait la jonction entre des éléments clefs : le risque, le capital, la valeur et la richesse.

Pour Verstraete et Saporta (2006, p 93) « l'entrepreneuriat en tant que champ disciplinaire consiste à chercher, à comprendre comment, par qui et avec quelles conséquences les opportunités de créer des biens et/ou des services qui n'existent pas encore, sont découvertes, concrétisées et exploitées ». Là encore, l'entrepreneuriat fait référence aux opportunités de production et donc à une stratégie de comportement afin de réduire l'incertitude et donc le risque. Ainsi, l'entrepreneuriat est connu par sa complexité car les fondements théoriques diffèrent avec la diversité des points de vue, des approches et des méthodes suivies.

Plus précise est encore l'autre définition proposée par Verstraete (2000, p 12), selon laquelle « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure, et engage son environnement à des fins socio-économiques ». Par conséquent l'entrepreneuriat est à la fois une combinaison et une relation entre entrepreneur et son organisation productrice.

Cependant, il devient difficile de s'arrêter sur une seule définition car chacun des auteurs, de par leurs arguments fondés, essaie de démontrer la pertinence de sa définition. Ainsi, il est possible de construire quelques problématiques identifiées par Alain Fayolle, faisant le point commun sur le sujet.

Fayolle (2005, p 16-30) identifie trois problématiques s'exprimant dans le champ de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat en tant qu'objet de recherche (Fayolle, 2005, p 23- 25), qui met le point sur l'émergence organisationnelle désignant la création de nouvelles organisations,

l'identification et l'exploitation des opportunités, les comportements individuels et/ou organisationnels ou encore sur le couple individu/projet.

L'entrepreneuriat en tant que domaine d'enseignement. Sous une approche institutionnelle, l'enseignement du domaine de l'entrepreneuriat offert par les institutions éducatives est encore en structuration, un fait exposé par Fayolle (2003, p19). Son enseignement vise à offrir les connaissances nécessaires et utiles afin d'entreprendre.

Toujours lié aux formations à l'entrepreneuriat, Fayolle (2005, p 16-30) semble convaincu que les méthodes classiques ne sont pas adaptées. (Léger-Jarniou, 2001, p 03) va jusqu'à s'interroger si l'entrepreneuriat peut s'enseigner en séparant ainsi l'inné de l'acquis. Quant à Grignon (1998, p 20), il mentionne que le contact régulier avec la vie active est très important dès le primaire ou le secondaire et ce afin de développer l'esprit d'initiative et d'exclure l'esprit d'assistanat. En d'autres mots ; il veut surtout intégrer l'esprit d'entreprise dans notre culture générale.

C'est dans ce sens que nous nous sommes intéressés à la formation de la femme entrepreneure en rapport avec le déclenchement de l'acte entrepreneurial ou encore avec le mode de gestion de l'entreprise quand celle-ci est déjà créée.

L'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social, s'intéresse aux apports socio-économiques des entreprises créées ou encore à ce qu'une économie, une société, une région, peut bénéficier de l'entrepreneuriat ; un fait résultant de l'acte entrepreneurial, à savoir la création d'entreprises donnant naissance à des postes d'emploi, à une richesse...etc. Le processus entrepreneurial s'élargit, l'innovation se manifeste, l'esprit entrepreneurial ainsi prend place.

En lien direct avec la problématique que nous avons posée. Du côté institutionnel, l'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social prend toute son importance. En effet, en amont, ceci s'explique par l'importance du rôle des institutions familiales, financières, liées à l'éducation...etc ; du fait ou non que ces institutions encouragent les femmes potentiellement entrepreneures. En aval, nous nous interrogeons sur le rôle joué par ces institutions, une fois l'entreprise créée. Quelle est la place de cette femme dans le domaine de l'entrepreneuriat ? Et comment est-elle encadrée ?

Compte tenu de la difficulté de trouver un consensus sur une définition en tenant compte des problématiques posées ci-dessus, il est indispensable de revenir sur les principales dimensions de l'entrepreneuriat déjà mises en évidence et que nous résumons dans ce qui suit.

- ❖ **L'individu**, il peut s'agir d'une femme ou d'un homme comme il peut s'agir d'une petite équipe portant le projet.
- ❖ **Le processus**, qui fait référence à l'acte d'entreprendre ou de création.
- ❖ **L'objet créé**, est défini en tant qu'organisation et/ou innovation correspondant à une création d'une valeur nouvelle.

- ❖ **L'environnement**, qui rassemble les richesses à offrir et à absorber, les opportunités à saisir ainsi que les menaces auxquelles l'entrepreneur doit y faire face. Aussi, les institutions dans toute leur dimension font partie de l'environnement.

1.1.2. Genèse et fondements de l'entrepreneuriat

Plusieurs chercheurs en sciences économiques et de gestion, des sociologues et des historiens ainsi que des psychologues et des spécialistes en science comportementale ont observé le champ de l'entrepreneuriat à travers ses composantes multiples.

Nous remarquons notamment le nombre des écrits consacrés à l'entrepreneuriat qui s'approprie une très large place au point que ce phénomène est devenu un champ de recherche à part entière.

Selon Fayolle (2005), trois questions génériques proposées par Stevenson et Jarillo (1990, p17-27) peuvent résumer une partie importante de l'activité de recherche en entrepreneuriat :

« *What happens when entrepreneurs act?* » Cette question s'intéresse aux apports de l'activité entrepreneuriale sur l'environnement économique et social.

« *Why do entrepreneurs act ?* » Cette question a donné naissance à plusieurs recherches réalisées par des sociologues et des spécialistes en science comportementale qui ont fait observer l'entrepreneur et ses caractéristiques.

« *How do entrepreneurs act ?* » le « comment » a poussé les chercheurs en gestion et stratégie à s'intéresser à ce que fait l'entrepreneur et non pas ce qu'il est. Partant de là, Gartner (1988) s'est posé la question du « qui », ainsi pour y remédier au problème, la question posée est « *Who is an entrepreneur ? Is the wrong question ?* ». Cette question est posée à travers un article publié en 1988 (Gartner, 1988).

Fayolle (2005, p 13) distingue trois approches de l'entrepreneuriat que nous résumons dans ce qui suit :

1.1.2.1. Approches fonctionnelles des économistes

(Cantillon, 1755, p 66), est probablement le premier à présenter la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique. Nous retrouvons la prise de risque dans l'acceptation de l'incertitude rencontrée par l'entrepreneur¹. Pour Jean-Baptiste Say cité par Fayolle (2005, p10) « l'entrepreneur est avant tout un preneur de risques qui investit son propre argent et coordonne des ressources pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte ».

¹ L'idée exposée par Richard Cantillon dans son livre «Essai de nature du commerce en général» 1755 (version originale), p 66 et version modernisée par Stéphane Couvreur en 2011, page 18 « Le fermier est un entrepreneur qui promet de payer.....de sa ferme avec incertitude».

La vision de Schumpeter est basée essentiellement sur l'innovation, pour lui « Jamais l'entrepreneur n'a de risques à supporter....la responsabilité économique directe d'un échec ne le touche jamais» (Schumpeter, 1911, p 13).

1.1.2.2. Approches centrées sur les individus

Ces approches centrées sur l'individu s'intéressent aux valeurs propres de cet individu (ses croyances, son caractère propre ...etc.).

Grâce à ces valeurs, l'individu entreprend et crée sa propre entreprise. Ces approches visent à connaître le comportement psychologique de l'individu, ces motivations, sa personnalité ainsi que son origine, afin d'identifier une ou plusieurs de ses caractéristiques. Tel que McClelland qui l'a expliqué en 1961 en affirmant que l'accomplissement joue un rôle important dans la réussite l'entrepreneur « What, exactly is an entrepreneur?... » (David McClelland, 1961). Mais d'après (Manferd Kets de Vries, 1985, p 5) à l'école psychanalytique, nous comprendrons que le comportement entrepreneurial résulte de l'enfance qu'a vécu l'individu (Fayolle, p 12), si par exemple il a vécu de nombreux problèmes affectifs au sein de la famille, il aura tendance par la suite à refuser l'autorité et aura même du mal à travailler en équipe. Ce qui a donné naissance par la suite à une typologie d'entrepreneurs définie par rapport au milieu d'appartenance à chacun d'eux.

Dans une optique de prolongement de l'étude. Celle-ci sera axée sur les processus de création. Ainsi, nous présentons les approches basées sur les processus.

1.1.2.3 Approches basées sur les processus

Ces approches ont orienté les recherches vers la question du comment : comment les nouvelles entreprises sont-elles fondées ? Comment les entrepreneurs agissent-ils ? Six comportements (Fayolle, 2005, p 14) décrivant l'activité entrepreneuriale ont été identifiés par Gartner (1985, p 4-5).

- L'entrepreneur localise une opportunité d'affaire ;
- L'entrepreneur accumule des ressources ;
- L'entrepreneur fait marchander des produits et des services ;
- L'entrepreneur produit des produits ;
- L'entrepreneur construit une organisation ;
- L'entrepreneur répond aux exigences du gouvernement et de la société.

Cette idée selon laquelle (Fayolle, 2005, p14) se déroulent les activités a été reprise par d'autres chercheurs qui ont proposé la définition du processus entrepreneurial qui est la suivante : « Le processus entrepreneurial implique toutes les fonctions, activités et actions

associées avec la perception d'opportunités et la création d'organisations¹ » (Bygrave et Hofer, 1991, p14) cité par Fayolle (2005, p14).

Après ces approches, il y'a eu la théorie de la contingence² et la théorie processuelle³. Ce phénomène qu'est l'entrepreneuriat est très complexe et nous renvoie à des situations tellement hétérogènes qu'il n'est pas possible de nous arrêter sur une des définitions présentées mais nous pouvons l'expliquer à travers ces trois conceptions :

1.1.3. Conceptions et paradigmes de l'entrepreneuriat

1.1.3.1. La conception d'émergence organisationnelle

L'émergence organisationnelle, que nous pouvons qualifier de naissance de nouvelles organisations permettant aux individus de créer de nouvelles entités, est un concept qui a été forgé par Gartner (1988, p12) qui définit l'entrepreneuriat comme étant un phénomène consistant à créer et organiser de nouvelles activités.

1.1.3.2. La conception d'opportunité entrepreneuriale

Dans cette conception, l'entrepreneuriat est lié aux opportunités (Durcker, 1985, p18) qui se retrouvent dans la nature. L'entrepreneur dans ce cas, découvre les opportunités, se les approprie et les transforme en réalité économique.

Mais Fayolle (2005, p25) n'est pas d'accord sur le fait que l'opportunité entrepreneuriale est le point de départ. Il pense plutôt à sa construction au cours du processus de création de l'activité.

1.1.3.3. La conception de Bruyat

Pour Bruyat (1993, p 57) « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur ». Cette dialogique peut être définie comme suit : « l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur...il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la « chose » de l'individu, nous avons :

INDIVIDU -----> CREATION DE VALEUR

La création de valeur, par l'intermédiaire de son support, investit l'individu qui se définit, pour une large part, par rapport à lui. Elle occupe une place prépondérante dans sa vie (son activité, ses buts, ses moyens, son statut social...), elle est susceptible de modifier ses caractéristiques (savoir-faire, valeurs, attitudes...) (Fayolle, 2005, p26), nous avons :

CREATION DE VALEUR -----> INDIVIDU ». (Bruyat, 1993, p 59)

¹ Définition traduite à partir de celle de Bygrave et Hofer (1991, p14) : « The entrepreneurial process involves all the functions, activities and actions associated with the perceiving of opportunities and the creation of organizations to pursue them».

² Dans la théorie de la contingence , il y a eu la définition de l'entrepreneur par la diversité et la complexité des organisations et des formes de l'entrepreneuriat.

³ Remplacement du créateur comme un des acteurs illustrant l'entrepreneuriat.

Pour Bruyat, le système entrepreneurial s'inscrit dans une dynamique de changement, où l'individu est observé à la fois comme étant l'acteur de la création de la valeur et l'objet de la création de valeur. Ce système entrepreneur (individu/création de valeur, création de valeur/individu) est en interaction avec son environnement « un système ouvert », il subit ses menaces mais fort heureusement il saisit les opportunités.

Pour lui, l'individu et l'objet qui forment le couple individu/projet ne s'observent pas séparément. Il est ainsi considéré comme l'objet central de toute observation scientifique.

1.1.3.4. Les paradigmes de l'entrepreneuriat

Fayolle et Verstraete (2005), résumant les différentes approches en s'appuyant sur une revue de la littérature. Les quatre paradigmes mis en évidence dans cette revue nous permettent de cerner le domaine de l'entrepreneuriat :

Paradigme de l'opportunité des affaires. Dans ce point, l'acte entrepreneurial est expliqué par les opportunités qu'on peut rencontrer, saisir et exploiter.

Paradigme de la création d'une organisation. En matière d'entrepreneuriat, ce paradigme concerne le phénomène « d'émergence organisationnelle » au sens large.

Paradigme de l'innovation¹. Selon ce paradigme, l'entrepreneuriat n'existe pas sans l'innovation.

Paradigme de la création de valeur (Bruyat, 1993). Contrairement au paradigme de l'innovation, l'entrepreneuriat dans ce dernier est considéré comme un processus dynamique de création de valeur nouvelle mais sans innovation nécessaire.

1.1.4. Processus de création d'entreprise

Selon Tounès, (2003, p 48,49), le processus entrepreneurial est un processus comportant quatre étapes :

1.1.4.1. La propension entrepreneuriale

Plusieurs définitions peuvent être citées pour bien comprendre ce qu'est la propension entrepreneuriale. Pour Fayolle (cité par Tounès, 2003, p48), la propension entrepreneuriale est « une inclination, un penchant à s'engager dans une démarche entrepreneuriale ». Pour Tounès (2003), elle signifie la sensibilisation à la création d'entreprises pour un devenir professionnel. Cette sensibilisation peut être influencée par la famille, la formation et les expériences entrepreneuriales.

1.1.4.2. L'intention entrepreneuriale

La propension se transforme alors en intention entrepreneuriale qui se manifeste à son tour par l'existence d'un projet d'affaires, plus ou moins formalisé et l'engagement personnel dans le processus de création d'entreprise.

¹ Schumpeter est l'un des auteurs ayant une vision basée essentiellement sur l'innovation.

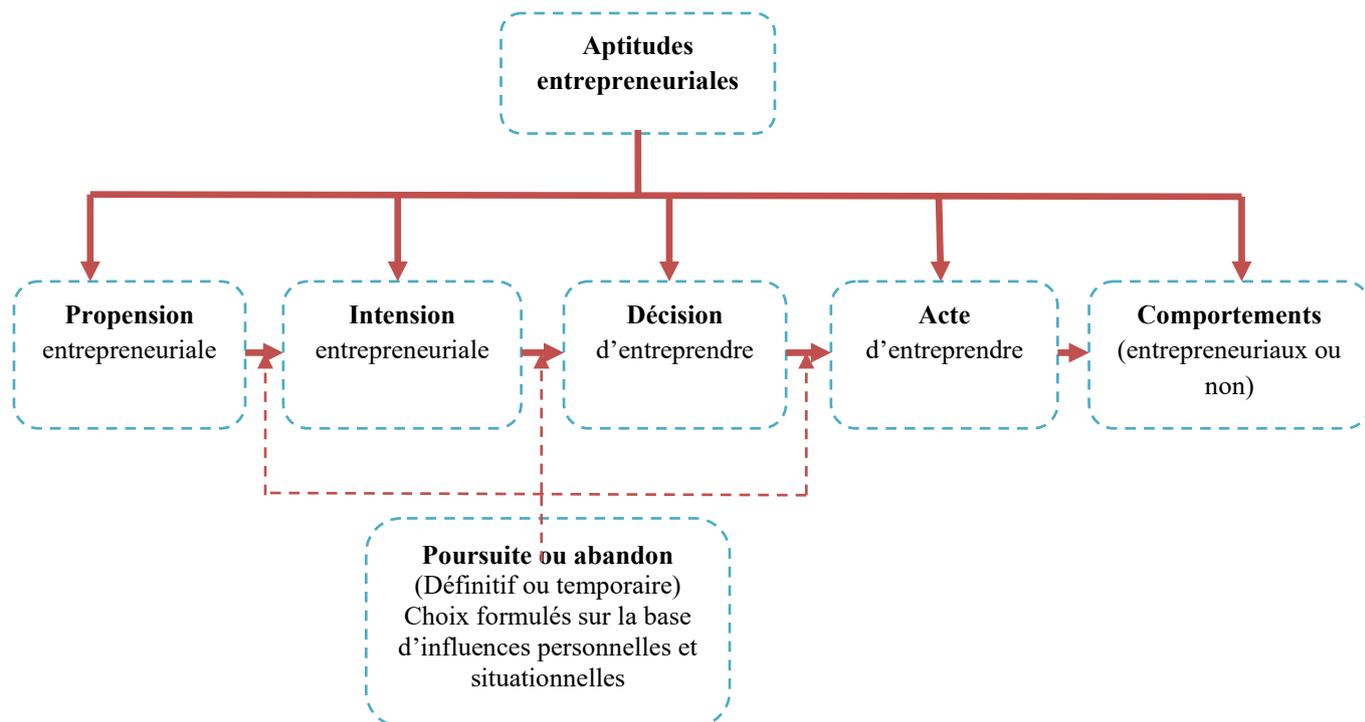
1.1.4.3. La décision entrepreneuriale

Dans cette étape, la formalisation du projet est achevée¹ et les ressources dont l'individu a besoin sont mobilisées (humaines, financières et logistiques).

1.1.4.4. L'acte d'entreprendre

Il correspond au démarrage physique de l'activité $\epsilon\epsilon$ qui se traduit par la réalisation des premiers produits et services. La figure 1 suivante représentant les quatre phases du processus de création d'entreprises est un outil qui nous permet de lier les différents stades du processus.

Figure 1. Les différentes phases du processus entrepreneurial



Source : Tounès, 2003, p47.

La création peut être déclenchée dans différentes situations telles qu'une rencontre soudaine par exemple ou encore une insatisfaction professionnelle sans pour autant passer par les quatre phases citées auparavant.

« Les comportements des créateurs d'entreprise ne sont pas (et ne peuvent pas) tous être qualifiés d'entrepreneux. Certains d'entre eux seront autonomes, meneurs d'hommes, anticiperont le marché, rechercheront en permanence des opportunités et développeront leurs activités. D'autres au contraire, pour plusieurs raisons, telles que la recherche de l'équilibre familial ou le manque de ressources, éviteront de s'engager dans des situations entrepreneuriales, se satisferont des positions acquises et se contenteront du maintien d'un niveau d'activité » (Tounès, 2003, p49).

¹ La formalisation du projet s'achève dans ses dimensions stratégiques, mercatiques et financières et transformées en opportunité validée par les études financières et marketing du plan d'affaire.

Au cours de ce premier point, nous nous sommes concentrés sur l'entrepreneuriat, son évolution et ses caractéristiques sous une approche pluridisciplinaire et comparative du domaine. Nous allons ainsi, dans point suivant présenter l'acteur principal du domaine de l'entrepreneuriat qu'est l'entrepreneur.

1.2. L'entrepreneur : éléments de définition, caractéristiques et typologie

L'entrepreneur est considéré comme acteur principal dans le domaine de l'entrepreneuriat. Dans une optique pluridisciplinaire, nous avons présenté une définition riche dans son ampleur construite à partir de différentes définitions proposées par des auteurs divers. Nous tenterons dans ce qui suit de cerner les caractéristiques saillantes de l'entrepreneur et d'explorer et analyser les typologies de celui-ci.

1.2.1. Définition de l'entrepreneur : la pensée économique comme base historique

Le concept d'entrepreneuriat est assez difficile à définir car les entrepreneurs et les activités entrepreneuriales ne sont pas aisés à identifier et à étudier tant le phénomène est compliqué, équivoque et vague.

1.2.1.1. Entre la théorie de l'entrepreneur chez Jean-Baptiste Say et la tradition Cantillon-Knight

D'origine irlandaise, Cantillon en tant qu'économiste est le premier à définir en 1755 l'entrepreneur et à intégrer l'environnement lié au problème d'incertitude en relation avec cet individu. Jean Baptiste Say a, quant à lui, mis l'accent sur le rôle joué par l'entrepreneur et tout particulièrement sur son rôle décisif. La conception de l'entrepreneur de Say est entendue comme gestionnaire de production » (Steiner, 1997). Autrement dit, il le considère comme celui qui combine entre les différents services liés à la production et ce afin de mieux la gérer. Toutefois, il relève aussi que les capacités de gestionnaire restent rares chez une seule et même personne afin d'optimiser ce rôle. En effet, en 1803, Say attribue un certain nombre de caractéristiques qui définissent l'entrepreneur et qui sont les suivantes :

Celui qui combine les moyens de production en connaissant l'état du marché et celui qui coordonne. L'entrepreneur reste le personnage central du domaine d'entrepreneuriat. Comme il est habitué au calcul, il doit être en mesure de comparer les frais de production avec la valeur que le produit aura une fois mis en vente. Dans ce cas, l'innovation devient impérative⁷ autrement dit, il doit avoir le talent d'imaginer tout à la fois les meilleures réalisations aux meilleurs coûts.

Selon cet auteur, le recours au crédit peut être une solution. D'après lui, avec toutes ces qualités soulevées, l'appellation du métier d'entrepreneur, est envisageable uniquement dans une société capitaliste.

Par contraste, Cantillon et Knight font la liaison avec un tout autre problème qui touche à l'incertitude (Hebert et Link 1988 ; Baretto, 1989, cités par Steiner, 1997). Selon Steiner, Say se veut le continuateur de Smith en apportant parallèlement une approche critique.

La théorie de l'entrepreneur de Say trouve sa place dans la tradition Cantillon-Knight dans le sens où nous faisons la distinction entre les profits liés à l'incertitude que l'entrepreneur prévoit et les profits certains payés aux détenteurs de services (travailleurs, savants...etc.) et que nous arrivons à faire la différence et faire ressortir le profit pur propre à l'entrepreneur.

C'est dans cette optique, que ces deux auteurs définissent cet acteur principal de manière explicite en se basant principalement sur la prise de risque et l'incertitude (prévoir le futur dans sa fonction d'entrepreneur lié aux marchés existants, les coûts ainsi que les revenus y pouvant être attribués).

1.2.1.2. L'entrepreneur selon Joseph Schumpeter : un innovateur

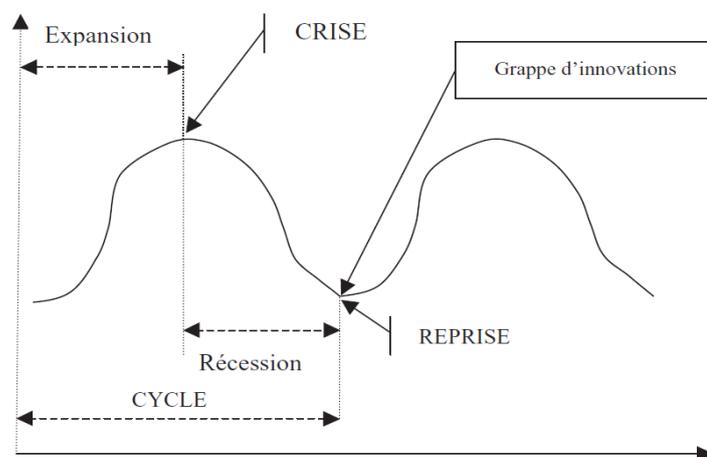
En se référant aux cycles crise- reprise et phases expansion-récession, Schumpeter (1911) arrive à déterminer les grappes de l'innovation.

Par ces grappes (présentées sur la figure 2) appelées grappes d'innovation, nous observons, la création de nouvelles technologies qui permet la reprise après la récession et ce, pour une croissance et un renforcement économique. Cette création nouvelle de technologie est réalisée par les entrepreneurs considérés comme innovateurs.

L'entrepreneur selon Schumpeter (1911) autrement dit l'entrepreneur Schumpetérien fait référence à deux types d'entrepreneurs : l'innovateur et l'entrepreneur imitateur.

Schumpeter met en avant la qualité d'innovateur dans sa définition d'entrepreneur car pour lui, l'entrepreneur en tant qu'acteur dans son domaine peut percevoir de nouvelles opportunités et les saisir. Les grappes d'innovations affichées dans la figure N°02 explicitent le moment où au minimum ces entrepreneurs peuvent détecter ces opportunités. Avec l'évolution mondiale et l'apparition de nouveaux comportements chez les individus, ces nouvelles technologies trouvent place et deviennent une nécessité de jour en jour. Ce premier type d'acteur principal est caractérisé par sa prise de risque et ses profits considérés.

Figure 2. Les grappes d'innovation



Source : Vasseur, 2015, p 52

Le deuxième type d'entrepreneur pour Schumpeter est l'entrepreneur imitateur. Cet entrepreneur de par sa définition est tenté par le profit que l'entrepreneur innovateur a réalisé.

De ce fait, celui-ci suit l'entrepreneur innovateur et se penche vers l'innovation afin de pouvoir atteindre le même gain de profit que le premier mais selon l'auteur, le profit du premier reste plus intéressant que le deuxième.

En combinant les définitions de Cantillon, de Say et de Schumpeter, nous pouvons définir l'entrepreneur comme celui qui sait mobiliser des ressources financières dans un environnement incertain et à risque, en coordonnant les moyens nécessaires pour en tirer profit tout en mettant en action un processus innovant.

Pour une présentation plus succincte de l'entrepreneur, nous présentons une définition de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée, repris par Fonrouge (2002)¹ :

Le tableau qui suit nous donne les définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée économiques :

Tableau 1. Définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée économique

Appellations des écoles	Définition de l'entrepreneur	Auteurs de référence
L'école économique	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination des ressources rares.	Casson (1991)
L'école comportementale	L'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il permet de mettre en place pour créer une organisation.	Gartner (1988)
L'école psychologique avec les courants personalistes et cognitifs	L'entrepreneur se définit par la création d'un nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité que par les processus cognitifs activés pour la circonstance.	Scott et Shaver (1991)
L'école des processus	L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter.	Baygrave et Hofer (1991)

Source.: Fonrouge, 2002, p7

Tel qu'exposé dans le tableau ci-dessus, pour l'école économique (Casson-1991), la fonction de l'entrepreneur est liée au management intuitif.

Pour L'école comportementale (Gartner-1988), l'entrepreneur se définit par rapport à sa capacité liée à l'ensemble des activités réalisées en vue de donner naissance à une organisation/entreprise.

¹ Voir le tableau qui suit : Définition de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée économique.

Pour l'école psychologique avec les courants personnalistes et cognitifs (Shaver et Scott, 1991), l'entrepreneur se définit par l'ensemble de ses traits psychologiques et compétences le caractérisant. Ils peuvent être détectés de par sa personnalité ou au cours de leur activation face aux circonstances rencontrées.

Enfin pour l'école des processus (Baygrave et Hofer, 1991), l'entrepreneur dans ce cas est défini par le processus de détection et de saisie d'opportunités, permettant ainsi de les développer en créant une organisation/une entreprise.

Ainsi, en guise de synthèse, nous pouvons déduire une définition de l'entrepreneur qui pourrait s'énoncer ainsi : « tout en prenant un risque, l'entrepreneur, de par son comportement caractérisé par des traits psychologiques et des compétences innées et/ou développées, saisit les opportunités offertes par l'environnement, décide de créer une organisation, pour coordonner et exploiter des ressources économiques, par de nouvelles combinaisons permettant le développement de nouvelles opportunités alimentant ainsi le processus d'innovation en vue d'une activité continue ».

1.2.2. Caractéristiques de l'entrepreneur

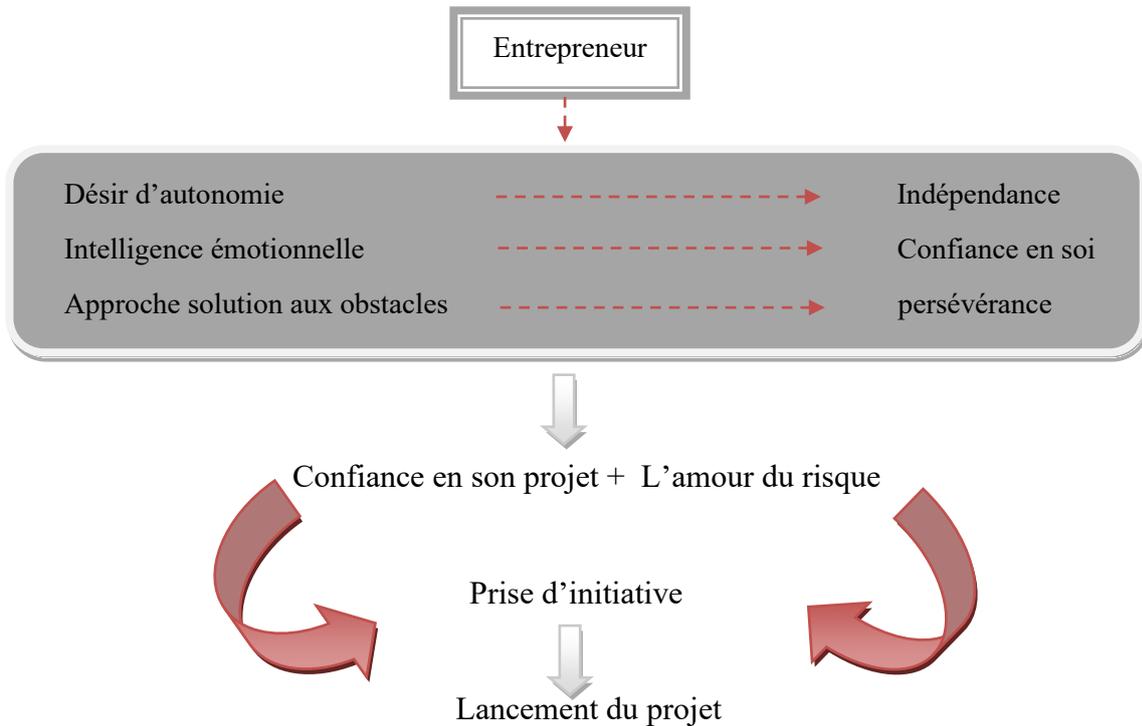
Différentes caractéristiques sont attribuées à l'entrepreneur selon Julien et Marchesnay (1996).

1.2.2.1. Les traits de caractère

Les entrepreneurs présentent des caractéristiques telles que l'indépendance, le besoin d'estime et le sentiment de maîtrise de soi...etc. Parmi les premières caractéristiques qu'un jeune créateur se doit d'avoir, nous citons :

- ❖ **L'indépendance** : ces entrepreneurs se caractérisent par un certain sens d'autonomie très poussée.
- ❖ **Une forte confiance en eux** : ils sont optimistes, ont la maîtrise de soi et ils ont toujours un projet en tête à développer que ce soit dans l'entreprise ou dans leur vie personnelle.
- ❖ **La persévérance** : afin de surmonter les obstacles, l'entrepreneur doit user de sa persévérance et être de plus en plus résistant pour limiter sa faiblesse.
- ❖ **L'amour du risque** : qui sera acquis en ayant la volonté qu'il faut, la confiance en soi et puis par la suite, bien sûr une fois qu'on a confiance en son projet.
- ❖ **La prise de l'initiative** : viendra automatiquement par la suite, puisque le jeune créateur est animé par toutes les qualités (qualifiées par un ensemble de facteurs personnels) qu'on vient de voir précédemment, qui est assez convaincant pour prendre la décision de devenir entrepreneur.

Figure 3. Les traits de caractère pour devenir entrepreneur



Source : Réalisé à partir des traits de caractère de l'entrepreneur défini par Julien et Marchesnay (1996).

1.2.2.2. L'entrepreneur comme opportuniste

Entreprendre « c'est conquérir une place sur le marché » (Julien et Marchesnay, 1996, p 52). L'entrepreneur est un innovateur qui sait discerner les opportunités d'affaires dans l'économie et se met face à la concurrence du marché.

1.2.2.3. L'entrepreneur comme organisateur

Pour développer et commercialiser l'innovation, il ne suffit pas d'être innovateur, il faut justement être ingénieux et savoir organiser. Et, un organisateur est celui qui sait identifier les facteurs de productions et les ressources nécessaires, se les procurer, les assembler et les mettre en œuvre avec succès et profit.

1.2.2.4. L'entrepreneur comme joueur

L'entrepreneur est un joueur. Il n'est jamais sûr de la réussite mais il y croit et se lance le défis.

1.2.2.5. L'entrepreneur comme un individu motivé

L'entrepreneur est motivé déjà par le fait qu'il a des défis à réaliser. Ces défis représentent des objectifs pour l'entrepreneur et des objectifs ou motivations, il y en a d'autres. Il y a par exemple l'ambition, la nécessité de travailler ou d'avoir un emploi, d'assurer un revenu,... Et si l'on veut savoir si on a fait le bon choix, il faut avoir un profit et ce profit représente assez souvent une preuve de succès et de bonnes décisions.

Après avoir présenté les différentes caractéristiques liées à l'entrepreneur, nous passons à la typologie d'entrepreneurs construite à partir d'ensembles différents de caractéristiques déjà citées ci-avant.

1.2.3. Typologie de l'entrepreneur¹

En effet, selon Julien et Marchesnay (1996, p55), ayant rassemblé les types d'entrepreneurs comme suit :

En prenant en considération les conditions de création, deux types d'entrepreneurs se dégagent (l'artisan et l'opportuniste) (Smith, 1960).

Dépendant des conditions d'innovations, nous retrouvons le prospecteur, l'innovateur, le suiveur ainsi que le réacteur.

Du profil du dirigeant ressortent le technicien et le manager.

Selon la logique d'action, nous retrouvons les entrepreneurs axés soit sur la pérennité-indépendance-croissance soit sur la croissance-autonomie et pérennité.

1.2.4. Les situations et les potentialités entrepreneuriales

. Nous commençons par exposer la démarche entrepreneuriale sous ses différents aspects et nous présentons ensuite les différentes potentialités entrepreneuriales pouvant intervenir dans l'acte entrepreneurial.

1.2.4.1. Les situations entrepreneuriales

1.2.4.1.1. Les différents aspects d'une démarche entrepreneuriale

Différentes situations peuvent prendre forme dans une démarche entrepreneuriale. Ces situations se présentent ainsi : « Quand on parle de création d'entreprise, on distingue généralement les créations ex nihilo, des réactivations et des reprises d'entreprises » (Bourgeois et al, 2006, p 13). Dans le premier cas, il s'agit de la création d'une entreprise par quelqu'un qui n'a jamais créé d'entreprise (création ex nihilo) et par la capacité de cette entreprise à reproduire, imiter et innover, elle présente la forme la plus pure de l'entrepreneuriat. Dans le deuxième cas, elle est créée par quelqu'un qui a déjà créé une entreprise auparavant (réactivation) et enfin dans le troisième cas, l'entreprise existe déjà (reprise).

1.2.4.1.2. La création ex nihilo

a. La forme la plus pure de l'entrepreneuriat

Cette forme déjà citée, est issue de la création d'une entreprise par un ou plusieurs individus associés auparavant inexistante, autonome juridiquement et ne reposant sur aucune autre structure préexistante.

c. Les raisons de la création d'entreprise

Plusieurs raisons peuvent être sources de création d'un bon nombre d'entreprise. Sans vouloir être trop exhaustive, nous citerons trois d'entre elles :

¹ Voir tableau 88, annexe 1

Un impact économique et social évident, définis comme étant des phénomènes vitaux pour notre société post-industrielle, par leur contribution à la régénération et au développement de notre économie, la création d'entreprise et d'activités nouvelles jouent effectivement un rôle très important dans création de la richesse du pays.

Une évolution culturelle : vers l'ère de la responsabilisation de soi, de nos jours, l'individu fuit l'autorité pour se diriger vers l'indépendance en créant sa propre entreprise. Le salariat s'appauvrit de plus en plus mais par contre la création de nouvelles activités s'enrichit encore et encore. Il s'agit de l'évolution culturelle.

La place de l'innovation dans un contexte accru de concurrence, l'innovation est considérée par l'entrepreneur comme un instrument spécifique et un moyen pour le changement en vue de saisir une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent. Ils doivent connaître et appliquer les principes qui permettent à ses innovations de réussir.

1.2.4.2. Les potentialités entrepreneuriales pouvant intervenir dans l'acte d'entreprendre

Dans ce point, nous nous intéressons aux facteurs pouvant intervenir dans l'acte d'entreprendre à savoir le rôle de l'environnement familial ou encore la sphère religieuse, le rôle des institutions éducatives, l'expérience professionnelle, les ressources financières et psychologiques. De ce fait, nous observons l'influence de ces facteurs sur l'acte entrepreneurial, du désir jusqu'au déclenchement de celui-ci.

1.2.4.2.1. Les facteurs intervenant dans le désir et la crédibilité de l'acte : la sphère familiale et religieuse comme lieu de fécondation de l'entrepreneur

L'environnement familial, amical, la sphère religieuse ou même l'éducation, la formation sont autant de facteurs pouvant encourager le désir d'entreprendre comme ils peuvent, freiner ce désir, le limiter voire même le supprimer.

a. La sphère familiale et religieuse comme lieu de fécondation de l'entrepreneur

L'influence de la famille dans le désir et la faisabilité de l'acte, déjà, en observant la vie de tous les jours, nous remarquerons que les parents jouent un rôle dans la vie et surtout dans l'avenir de leurs enfants (un enfant ayant grandi dans une famille où l'on a créé une ou plusieurs entreprises pour tirer profit et vivre à partir de ces créations de richesses ; dans ce cas l'enfant s'expérimente pour prendre la place de ces parents ou même arriver jusqu'à créer sa propre entreprise).

En effet, on constate que les parents jouent un rôle de modèle, ou de contre modèle. Quand cette relation « parents entrepreneurs-enfants futurs entrepreneurs » est déterminante, l'acte d'entreprendre est plus favorisé.

L'apparition d'une mentalité économique dans certaines croyances religieuses, les avis des auteurs sont divergents voire contradictoires au sujet de la relation entre la religion et le développement. Ils confirment que le dynamisme du développement se retrouve uniquement

dans les aires religieuses où les facteurs positifs qui agissent sur l'économie sont prioritaires ; qu'il s'agit d'une action réalisée directement ou indirectement.

Max Weber explique que l'apparition d'une mentalité économique est déterminée par certaines croyances religieuses. En effet dans son ouvrage « l'éthique protestante et l'esprit du capitalisme » (Weber, 1904/1905), il parle de la culture entrepreneuriale en relation avec la religion.

b. L'enseignement et la formation, une influence reconnue

L'enseignement et la formation jouent aussi un rôle dans la sensibilisation d'un bon nombre de personnes à l'entrepreneuriat et pour avoir une meilleure vocation.

En faisant référence à une étude de cas réalisée au Québec en 1999 sur le développement de l'entrepreneurship chez les jeunes. Fortin (2002/2003) mentionne que cette étude a démontré que les jeunes sensibilisés à l'entrepreneurship en bas âge sont davantage attirés par une carrière en entrepreneurship et sont moins susceptibles de quitter leur région. Dans le but de garder la relation école/entreprise, l'entrepreneuriat doit être une matière comme une autre à intégrer dans l'enseignement.

1.2.4.2.2. Les facteurs ayant une influence sur la faisabilité et le déclenchement de l'acte d'entreprendre

a. L'expérience professionnelle acquise

L'expérience professionnelle qu'elle soit de courte ou de longue durée, de qualité profonde ou légère porte toujours son poids et offre ses avantages lors de la création d'une entreprise dont l'activité est précisément ou faiblement proche à l'activité précédemment menée.

b. Les ressources économiques et le réseau relationnel

Les ressources économiques qu'elles soient cognitives ou matérielles, constituent des points non négligeables et des points sans lesquels rien ne pourrait se réaliser.

Les ressources relationnelles, elles, expliquées par les réseaux professionnels et personnels (réseaux formels et informels) sont des éléments intéressants en vue de faciliter et de rendre efficaces les démarches et les procédures à suivre, d'accéder à l'information pertinente et surtout de gagner du temps.

L'entrepreneur dans ce cas doit être capable de saisir les chances offertes et les opportunités liées à différentes ressources et relations.

c. Les facteurs pouvant aider au déclenchement de l'acte d'entreprendre

c.1. facteurs « pushes » et « pulls » selon Shapero et Sokol

Des facteurs positifs (pulls) et négatifs (pushes) (Shapero, Sokol, 1982) peuvent aider au déclenchement de l'acte. Pour le cas des facteurs négatifs, il peut s'agir du déplacement au sens physique du terme. Nous pouvons expliquer ce point en prenant comme exemple l'étude relative aux entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine de Madoui (2003), il évoque

que l'existence d'une discrimination peut être vécue comme un stimulus poussant à entreprendre, afin que l'individu montre de quoi il est capable en matière de réussite sociale. Ces situations peuvent être autres comme le licenciement, la fin d'étude, libération de prison...etc.

Des situations positives sont plus rares à celles citées plus haut. Des événements que rencontrent les individus « les entrepreneurs potentiels » au cours de leur vie tels qu'un accès à une source de financement imprévue par exemple, peuvent déclencher l'action à entreprendre.

c.2. Les ressources psychologiques

L'entrepreneur peut résulter d'une combinaison de caractéristiques, innées ou acquises. Cela peut s'expliquer par les motivations et les caractéristiques individuelles. Les motivations peuvent être de l'ordre de la recherche de succès personnel, social comme financier ou de la notoriété que la création permet d'acquérir. Comme il peut s'agir d'un besoin d'autonomie et d'indépendance ou alors d'un besoin d'accomplissement. Quant aux qualités individuelles, il s'agit notamment de confiance en soi, de créativité, de communication avec les autres, d'être actif et de savoir gérer face aux risques pris.

Au cours de cette section, nous avons abordé la question de l'entrepreneur, sa définition, ses caractéristiques et sa typologie ainsi que le domaine dans lequel il active. Nous retiendrons que l'entrepreneur est à la fois preneur de risque et innovateur. Preneur de risques en vue de se lancer dans une affaire et innovateur en vue de relancer son déclin et assurer sa durabilité dans son originalité. Dans la section suivante, nous abordons la question de l'entrepreneure femme et le domaine dans lequel elle active. Il s'agit ainsi de voir quelle définition donner pour ce type d'entrepreneur, quelles ses ces caractéristiques spécifiques et quelles typologies pertinentes pourrions-nous en dégager.

2. L'entrepreneuriat féminin : définitions, caractéristiques et typologie

Dans une démarche critique sur la recherche en entrepreneuriat, (Fayolle, 2005, p 13) distingue trois approches de l'entrepreneuriat : approche fonctionnelle des économistes, celle centrée sur les individus et celle basée sur les processus. Cependant, l'approche genre en entrepreneuriat n'y apparaît pas, alors que c'est une approche différenciant les deux sexes dans leur pratique entrepreneuriale. Celle-ci effectue une étude comparative entre les deux sexes dans ce domaine. C'est dans cette perspective que nous présentons un essai de définition de l'entrepreneuriat féminin ainsi que du personnage activant principalement dans ce domaine, la femme entrepreneure.

2.1. L'entrepreneuriat féminin : essai de définition

Pour commencer, nous tenons d'abord à définir ce que nous entendons par entrepreneuriat féminin et entrepreneur féminin. Ce type d'entrepreneuriat n'a pas été suffisamment abordé dans la littérature tant dans le contexte des pays développés que celui des pays en développement.

2.1.1. Définition de l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin désigne « toutes les activités effectuées en dehors du ménage, qui permettent à la femme de faire suffisamment de profits pour au moins maintenir son activité ». Ces activités sont classées de l'agriculture de subsistance aux multinationales, mais impliquent en général des activités à petite échelle, moyennant peu de capital et de technologie. » (Abderhamane, 1997, p17).

De cette définition, nous relevons les éléments essentiels suivants :

-L'activité indépendante de la femme est réalisée au cours du temps restant après le ménage (en dehors des activités domestiques) ;

-La femme travaille pour gagner un profit suffisant pour au moins maintenir son activité (contrairement au but principal et général des entreprises qu'est le gain maximal de bénéfices). Ce profit suffisant lui permet de répondre aux besoins financiers de la famille.

Ces deux points principaux recourent avec les caractéristiques des femmes entrepreneures en Algérie et que nous aborderons dans le détail dans les chapitres suivants.

« Le domaine de l'entrepreneuriat au féminin, défini comme la création et le développement d'entreprises par les femmes, a pris depuis une dizaine d'années, une importante croissance dans la plupart des pays industrialisés mais aussi des pays en développement avec souvent pour ces derniers des caractéristiques spécifiques (micro-entreprises)» (Bel, 2009, p3).

Cette définition de l'entrepreneuriat féminin complète la précédente car en prenant en considération les deux points cités dans celle de (Abderhamane, 1997), Bel (2009) le confirme en spécifiant la taille des entreprises féminines créées souvent des micro-entreprises.

2.1.2 Définition de la « femme entrepreneure »

Le plus souvent, en tentant de donner une définition aux femmes entrepreneures, des difficultés apparaissent. Cela peut ainsi s'expliquer par le fait que les femmes ont longtemps travaillé dans l'invisibilité. Cependant, nous pouvons constater que par rapport aux études réalisées dans les pays du Nord, où le concept de femme entrepreneure a fait l'objet de quelques définitions connues, contrairement aux pays du sud où le phénomène n'a pas été suffisamment abordé et cerné par la recherche universitaire ou institutionnelle.

Le groupe de travail sur l'entrepreneuriat féminin québécois en 2000, qui selon ses observations, s'est entendu pour une définition qui stipule que l'entrepreneure est la femme qui seule ou avec un ou des partenaires a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion. Kounta dans son étude (Abderhamane, 1997, p17) a adopté cette même définition.

Selon Belcourt (1991), dans une optique plus psychologique et existentielle, l'entrepreneure, est considérée comme étant cette : « cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise » (Abderhamane, 1997, p17).

« Est qualifiée d'entrepreneure toute femme qui a créé une entreprise, seule ou avec l'aide d'autres femmes, ou qui détient une participation majoritaire dans une entreprise familiale ou une société de personnes (*qu'en est-il des entreprises dans lesquelles elles détiennent une participation minoritaire ?*) Ou qui est actionnaire et dirigeante d'une société cotée en Bourse (OCDE, 1997, p 25) ».

Dans le cadre de la présente recherche, nous adoptons une définition plus large englobant les différents points clés pris en considération dans ces précédentes définitions afin de nous permettre d'observer l'activité entrepreneuriale féminine dans son ampleur et sa diversité.

Ainsi, nous considérons que la femme entrepreneure est celle créant et/ou gérant une entreprise lui appartenant, assumant majoritairement les responsabilités financières, administratives et managériales permettant ainsi son épanouissement personnel, lui procurant une autonomie financière suffisante afin de maintenir son activité qui puisse répondre à ses besoins financiers. Une définition large nous permettant ainsi de détecter les points spécifiques caractérisant les femmes algériennes déjà entrepreneures ou potentiellement entrepreneures, objet de notre étude.

2.2. Qu'est-ce qui pousse les femmes à devenir entrepreneures ?

Les motifs qui poussent à prendre la tête d'une entreprise, le désir d'atteindre l'indépendance économique et la satisfaction personnelle que peut apporter une direction d'entreprise sont les mêmes pour les femmes et les hommes. (Brush 1991). L'entrepreneure crée son entreprise tout d'abord par besoin d'accomplissement pour prouver ses talents, qu'elle est capable de faire face aux défis rencontrés et conquérir son autonomie. Suivent ensuite, les raisons économiques et la présence d'opportunités. Tel que McLelland l'avait cité en 1961, l'entrepreneur cherche le besoin d'accomplissement.

Un autre auteur (Buggain, 1988 cité par Aberhamane, 1997) par contre, l'explique principalement par l'absence d'autres sources de revenu mais aussi l'analphabétisme de la majorité d'entre elles qui cause le chômage, l'insatisfaction au travail par le salaire médiocre offert et enfin par le désir d'amélioration de leurs conditions de vie.

Nous observons ainsi certains points communs entre les hommes et les femmes pour celles qui s'engagent dans l'aventure entrepreneuriale par besoin d'indépendance et celui d'accomplissement (McLelland, 1961). Des auteurs tels que Westhead (2003) ont démontré que le souci de création d'une entreprise chez la femme ne se limitant pas qu'au souci d'indépendance mais encore, au besoin d'assurer l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, le fort sentiment ou encore la nécessité d'échapper aux limites qu'imposait dans les grandes organisations, ainsi que le désir de travailler différemment.

Des études plus récentes démontrent que la sphère familiale exerce une influence importante sur la sphère professionnelle (Edwards et Rothbard, 2000 ; Powell et Greenhaus, 2003). En 2016, des études affirment encore cet équilibre recherché : « l'équilibre travail-famille demeure un objectif important et un critère de succès, pour les entrepreneures et les entrepreneurs, bien au-delà de la décision de démarrage » (Coneo, 2016, P 49). Au Maghreb,

selon Ghiat (2015), la création d'entreprises n'est pas un choix de métier préféré culturellement, la majorité des entreprises créées par des jeunes est par nécessité et pour éviter le chômage et non par résultats d'enthousiasmes et de motivations. Cependant, contrairement à ce qui a été défini par l'auteur, le chômage et la nécessité de création sont considérés comme des facteurs de motivation de type push.

2.3. Différents types de femmes entrepreneures

Lavoie (1984, cité par Abderhamane, 1997), l'un des premiers auteurs à avoir apporté une définition du concept de femme entrepreneure, distingue trois différents types d'entrepreneures :

2.3.1. L'entrepreneure parrainée : est considérée comme entrepreneure parrainée toute entrepreneure ayant reçu des conseils de la part d'un parrain ou d'une marraine ou d'un banquier. etc. qui l'aide à se lancer dans son affaire et surtout d'entrer dans son activité.

2.3.2. L'entrepreneure jeune et scolarisée : est définie comme étant une jeune diplômée pleine de connaissances concernant la gestion ou autre.

2.3.3. L'entrepreneure sociale : cette entrepreneure qui se lance dans les affaires afin de fuir la solitude et les différents problèmes sociaux qu'elle rencontre. Dans ce cas les motivations économiques sont loin d'être principales.

2.4. Les caractéristiques des femmes entrepreneures

Belcourt et Lavoie (1988) résument les caractéristiques des femmes entrepreneures comme suit: Il s'agit de femmes plus jeunes par rapport aux femmes de la population active ; vivant généralement dans des familles nombreuses où se développent et se créent de lourdes responsabilités professionnelles et familiales (ces femmes travaillent pour l'entreprise plus que les hommes mais en plus elles s'occupent des travaux domestiques).

Des études (Grisé et Lee Gosselin, 1987; Grisé et Lee Gosselin, 1989) ont démontré que près de la moitié (49%) des femmes entrepreneures qui avaient leur père dans les affaires ont plus de facilité à entreprendre et ce point est considéré comme un facteur facilitant du moment qu'avoir un père dans les affaires reste un modèle à suivre comme nous l'avons déjà signalé au cours de la première section. Il s'agit ainsi d'un encouragement et d'une aide très concrète. Ces entreprises sont généralement de petite taille. L'entreprise compte en moyenne cinq employés à temps plein et sont généralement membres de la famille.

Par rapport à l'expérience acquise par les entrepreneures, la gestion de la famille et les activités bénévoles par exemple sont prises en compte. Ces entrepreneures occupent un ou plusieurs emplois avant de créer le leur. Elles quittent souvent leur emploi pour le peu de valorisation qui leur procurent pour une opportunité qui se présente. Nombreuses sont celles dans des domaines où elles ont un peu ou pas du tout d'expérience même en gestion. Elles acceptent notamment d'apprendre au fur et à mesure des erreurs qu'elles commettent et des réussites qu'elles réalisent.

Ces femmes créent leurs entreprises en ayant principalement recours aux économies personnelles. Leur capital de démarrage est beaucoup plus petit si on le compare à celui des hommes. Elles font rarement appel aux prêts et aux programmes gouvernementaux et ce le plus souvent par manque d'informations. Cette caractéristique contribue directement à la définition du profil supposé de la femme entrepreneur dans notre travail de recherche. Une des hypothèses à vérifier au travers de nos résultats d'enquête effectuée.

Même si le nombre des femmes entrepreneures se multiplie de plus en plus, leurs initiatives restent souvent gênées par leur position dans la société qui leur attribue un rôle principal qui est le travail domestique notamment dans les pays en développement.

Selon une étude (St Syr, 1991 cité par Abderhamane, 1997, p27) qui a été réalisée en 1991 sur les démarches financières des agricultrices québécoises pour devenir entrepreneures ; les institutions financières (Lafortune et St-Syr, 2000 ; St-Syr, 2001) ne croient pas en leurs capacités et les traitent avec légèreté. Ces femmes sont souvent considérées comme étant des victimes de discrimination.

3. Les approches genre et institutionnelle de l'entrepreneuriat : Quels enseignements ?

3.1. Déterminants et outils de développement de l'entrepreneuriat

S'agissant des outils d'aide au développement de l'entrepreneuriat féminin, nous présentons en premier lieu, les principales institutions ayant un lien direct ou indirect avec la problématique de l'entrepreneuriat et en deuxième lieu les déterminants pouvant jouer un rôle déclencheur de l'acte entrepreneurial.

3.1.1. Les principales catégories d'institutions au sein d'une société

Il existe quatre grandes catégories d'institutions dont chacune œuvre dans un domaine particulier de la société et s'exprime par des organisations et des groupes qui lui sont propres. Ces quatre catégories sont les suivantes : l'État, le marché, la collectivité/ société civile et la famille/parenté (Kabeer, 2005, p 57).

Ces institutions donnent à la vie une certaine structure quotidiennement suivie. Leur rôle consiste à réduire l'incertitude (North, 1990). Ainsi, la coopération entre les individus devient plus fluide. Dans le même temps, quels que soient leurs soubassements idéologiques, les institutions fonctionnent rarement de manière égalitaire. Au contraire, elles tendent généralement à soutenir et renforcer les relations hiérarchiques reposant sur les facteurs suivants (Kabeer, 2005, p 59) :

- Les inégalités dans la propriété ou dans l'accès aux moyens de production (terre, capital, financement, équipement) ;
- Les particularités conquises ou acquises (instruction, compétences, contacts) ;
- Les caractéristiques, prérogatives et interdits assignés par la société (ils se rapportent au genre, à l'âge, etc.).

3.1.2. Formation et carrières de l'entrepreneur

3.1.2.1. La formation de l'entrepreneur

La formation est un déterminant important dans la capacité d'entreprendre. En effet, la formation joue un rôle aussi bien avant la création (nature du projet) qu'après la création (fonctionnement de l'entreprise).

Pour certains auteurs, il faut acquérir une gamme d'aptitudes nettement différente, soit à travers l'expérience de l'entrepreneuriat, soit au moyen de formations destinées aux entrepreneurs potentiels (Hisrich et Peters, 1991, p 45).

3.1.2.2. Pourquoi la formation en entrepreneuriat ?

« La formation des entrepreneurs potentiels est certes difficile faute de profils de carrière bien définis. Beaucoup de futurs entrepreneurs ne passent ni par les écoles de gestion ni par les écoles d'ingénieurs, beaucoup ignorent qu'ils créeront un jour une entreprise. L'objectif d'un programme de formation à la création d'entreprise devrait être de traiter l'entrepreneuriat à différents niveaux : la connaissance de soi, la génération ou la sélection d'idées et les compétences de gestion nécessaires aux différentes étapes d'une création d'entreprise » (Hisrich et Peters, 1991, p 45).

3.1.2.3. Carrières de l'entrepreneur

Le niveau de formation des entrepreneurs se révèle bien plus élevée que ce que nous croyons, mais selon notre enquête réalisée en 2011 sur les femmes entrepreneures (Hitache, 2011), le niveau affiché majoritairement est le secondaire. Cela est dû aux femmes (30 ans et plus) qui ont vécu la période où le sexe féminin n'avait pas encore pleinement son droit aux études.

3.1.3. L'environnement familial et amical

3.1.3.1. L'éducation, la personnalité individuelle et l'environnement familial

L'environnement familial joue également un rôle très important dans le développement de l'envie à l'entrepreneuriat, sans oublier l'environnement amical.

3.1.3.2. L'environnement familial de l'enfance

L'environnement familial peut être considéré comme un antécédent institutionnel (tableau 89, Annexe 1, relatif à la profession des parents des entrepreneurs). L'effet d'aïnesse reste encore faiblement démontré par de nombreux chercheurs en entrepreneuriat. L'hypothèse du père entrepreneur faisant naître un fils ou une fille entrepreneure est confirmée. Le sentiment est encore renforcé si la mère est aussi entrepreneure.

Ainsi, la relation père, mère et enfant est une relation qui joue un rôle très important dans la création et le développement de cette envie d'entreprendre, de créer, d'être indépendant et de plonger dans le besoin d'épanouissement.

3.1.3.3. L'éducation

Même si l'éducation ou la formation possiblement acquise semble être très importante pour un bon niveau de culture, de formation en finance et marketing et qui aide au bon déroulement de l'activité exercée au niveau de l'entreprise et aide à l'aisance d'effectuer leurs tâches, les entrepreneurs déjà dans le domaine ne sont pas assez formés ou ne le sont pas dans la spécialité considérée. C'est l'exemple des femmes qui majoritairement n'ont pas dépassé le secondaire. Plusieurs études¹ le démontrent notamment notre enquête réalisée en 2011 dans la région de Bejaia (Hitache, 2011) auprès d'une centaine de femmes entrepreneures.

3.1.3.4. La relation entre les entrepreneurs et leurs parents

Les personnes issues de familles où les parents sont entrepreneurs ou du moins ont toujours voulu devenir entrepreneurs, ont souvent une envie d'entreprendre. En effet, qu'il s'agisse des personnes qui ont un rapport d'amour ou de celles qui présentent un rapport de haine envers leurs parents et plus spécialement envers le père. Hisrich et Peters (1991) considèrent que la relation paternelle est de plus en plus renforcée avec leurs fils, cette relation touche particulièrement aux femmes entrepreneures.

Cette relation n'est pas une formation certes, mais c'est une relation qui peut fournir des informations gratuitement, rapidement et en plus elles sont utiles. Aussi, comme les nouveaux entrepreneurs n'ont pas toujours d'expériences liées à leur domaine ou en matière de gestion liée à la création d'entreprise, alors c'est l'occasion où cet entrepreneur peut en tirer profit de l'expérience vécue par ses parents ou le plus souvent par son père.

3.1.4. Les activités professionnelles antérieures

Les activités antérieures peuvent jouer un rôle très important dans la réussite des entreprises créées. S'agissant d'une expérience dans des domaines qui touchent à la gestion d'entreprises, celle-ci est plus spécialement importante dans le cas où l'entreprise arrive à l'étape où ils ont besoin de développer une stratégie Marketing, implanter d'autres points de fabrication et ventes...etc. Autrement dit, « Au fur et à mesure que l'entreprise se crée et commence à grossir, l'expérience et l'aptitude au management prennent de plus en plus d'importance » (Hisrich et Peters, 1991, p 64).

Une relation positive liée au besoin d'utiliser l'expérience (le besoin ressenti se fortifie) avec la complexité de l'entreprise pas sa croissance. « Outre l'expérience du management, celle de l'entreprenance est importante. Il est généralement plus facile de lancer une seconde, une troisième ou une quatrième entreprise que de lancer la première. Le besoin d'expérience de l'entreprenance croît avec la complexité de l'entreprise créée » (Hisrich et Peters, 1991, p 64).

¹ Voir tableau 90, annexe 1.

3.1.5. La motivation

Selon Hisrich et Peters (1991), la raison principale pour laquelle les entrepreneurs sont motivés jusqu'à passer à l'acte est bien le besoin d'indépendance. Même si la création d'une entreprise nouvelle présente des risques et elle peut même être vouée à l'échec. Beaucoup de personnes sont motivées pour vivre ce genre d'expérience.

3.1.6. Réseau social, réseau de soutien moral et réseau de soutien professionnel

3.1.6.1. Le réseau en tant que système de soutien

C'est durant la phase de démarrage que les réseaux sociaux et modèles¹ jouent pleinement leur rôle principal dans le soutien à l'entrepreneuriat, et ce en informant, en conseillant et en répondant aux questions des entrepreneurs potentiels.

Nous comprenons, d'après Hisrich et Peters (1991), que la communication est primordiale pour créer des relations assez solides avec ces modèles. Parce que le lien entre ces entrepreneurs et les personnes du réseau dépend de cette relation même entre eux et de son degré de complicité. Avoir un parent, un frère, une sœur ou encore un entrepreneur d'envergure locale ou nationale, qui a réussi en créant et en gérant son entreprise, est souvent considéré comme un modèle de réussite.

3.1.6.2. Le réseau du soutien moral

S'agissant du soutien moral, beaucoup d'entrepreneurs déclarent leurs conjoints comme étant leur premier soutien qui les encouragent à chaque étape. La famille (enfants, parents, grands-parents, oncles et tantes) peut aussi être une importante source de soutien moral, surtout si certains de ses membres sont également des entrepreneurs (Hisrich et Peters, 1991, p 67).

3.1.6.3. Le réseau de soutien professionnel

Pour s'assurer des conseils professionnels, un mentor est nécessaire et qui joue le rôle d'un conseiller. L'entrepreneur, pour voir ses manques et ses méconnaissances, il choisit un mentor dans le domaine pour se compléter.

Le réseau de soutien professionnel consiste en un ensemble d'agences, de conseillers professionnels, associations...etc. ces derniers leur fournissent des informations, les aident et les conseillent, ce qui leur fait un soutien moral qui peut déboucher sur un résultat positif au niveau de l'entreprise.

Les fournisseurs sont aussi considérés comme un élément d'une grande importance et d'une crédibilité partagée si la relation que l'on détient est assez complice. Cela permettra de réduire les obstacles liés à la fourniture de matières premières, principalement sa disponibilité et surtout la qualité désirée. De leur côté, les associations peuvent constituer une source très

¹ Des personnes ayant déjà créé leur entreprise et ont réussi dans leur parcours en tant qu'hommes et femmes d'affaires. Ceux-là constituent des modèles à un certain nombre de personnes qui souhaiteraient faire le même parcours que le leur. Dans ce cas, l'échange et les relations renforcées deviennent primordiaux pour réussir.

riche pour de nouveaux entrepreneurs, ceci peut les conduire à avoir plus d'informations et à avancer.

Le réseau de soutien va des parents aux amis jusqu'à agrandir le cercle en touchant aux groupements professionnels, associations liées aux domaines...etc. Finalement, entreprendre est tout un processus de création individuelle conditionné particulièrement par les institutions et le capital social en son sens sociologique (Bourdieu, 1980).

3.2. Les ressources et les moyens pour le soutien à l'entrepreneuriat

3.2.1. Les fondements

Selon certains auteurs (Affes et *al*, 2008) trois principales ressources personnelles doivent être mobilisées en vue de réussir un processus de changement. Ces ressources sont les suivantes : les ressources émotives, cognitives et interactionnelles. Ces trois ressources suivent le projet entrepreneurial de l'idée jusqu'au passage concret à l'acte entrepreneurial.

Les ressources émotives interviennent en premier de par l'importance donnée à la motivation, puis les ressources cognitives liées à la réflexion, à l'élaboration et à la mise en place du projet et enfin, viennent les ressources interactionnelles, celles-ci consistent en l'utilisation et la mobilisation liées à l'environnement en général et aux sous-composantes de celui-ci.

3.2.2. Les moyens

Les moyens se diversifient en allant de l'éducation parentale à l'enseignement et la formation, l'apprentissage, la sensibilisation au domaine. S'ajoute à cela l'identification des opportunités, définition des visions à moyen et à long terme...etc.

3.2.3. Les valeurs entrepreneuriales

La valeur entrepreneuriale se définit à travers un ensemble de caractéristiques qui de par leur rassemblement favorisent une action efficace liée au lancement et à la gestion du projet. Les principales caractéristiques sont les suivantes : la confiance en soi, le leadership, l'esprit d'équipe, la motivation, le sens des responsabilités, la débrouillardise, l'initiative, la prise de risque, le sens de l'organisation et la créativité.

3.2.4. Le processus d'entreprenance

Parmi les étapes liées au processus d'entreprenance, nous retrouvons celle de l'identification et de la détermination des ressources nécessaires : le stade de financement de démarrage est très important à savoir la façon dont l'entrepreneur peut maintenir son pouvoir, c'est-à-dire, à l'étape où l'entrepreneur a besoin de financement pour développer son affaire, il fait appel aux fournisseurs de capitaux mais cela, ne permet-il pas de perdre une certaine part de pouvoir ?

3.2.5. Le recours aux conseillers en management

Ce recours reste le choix de l'entrepreneur, qui peut faire appel à un mentor ou faire complètement partie d'un réseau relationnel spécialisé en management. Ceci afin de développer ses compétences en matière de gestion d'entreprise. Cela peut se réaliser avant, pendant ou même après la création de son entreprise. Considérée comme une aide personnalisée, celle-ci atténue la solitude que l'entrepreneur peut ressentir à tout moment.

3.3. Exemple de projets de promotion et de développement de la culture entrepreneuriale

3.3.1. Culture entrepreneuriale et création d'entreprises¹

3.3.1.1. Structures et équipes en action

La structure mise en place est basée sur un ensemble d'équipes et cellules constituant les groupes suivants :

« 1- centre universitaire d'insertion et d'essaimage (CUIE) 2- Groupe culture entrepreneuriale 3- Cellule d'écoute au jeunes promoteurs 4- Groupe de valorisation de la recherche 5- Cellule régionale d'innovation et de compétitivité (CRIC) 6- Comité des stages 7- Association Université-Environnement 8- Groupe techniques et communication 9- Groupe de la qualité et de la contractualisation 10- Groupe pédagogie 11- Réseau de compétences et d'équipements 12- Comité des écoles doctorales » (Belhadj et Mezghani , 2008, p 2).

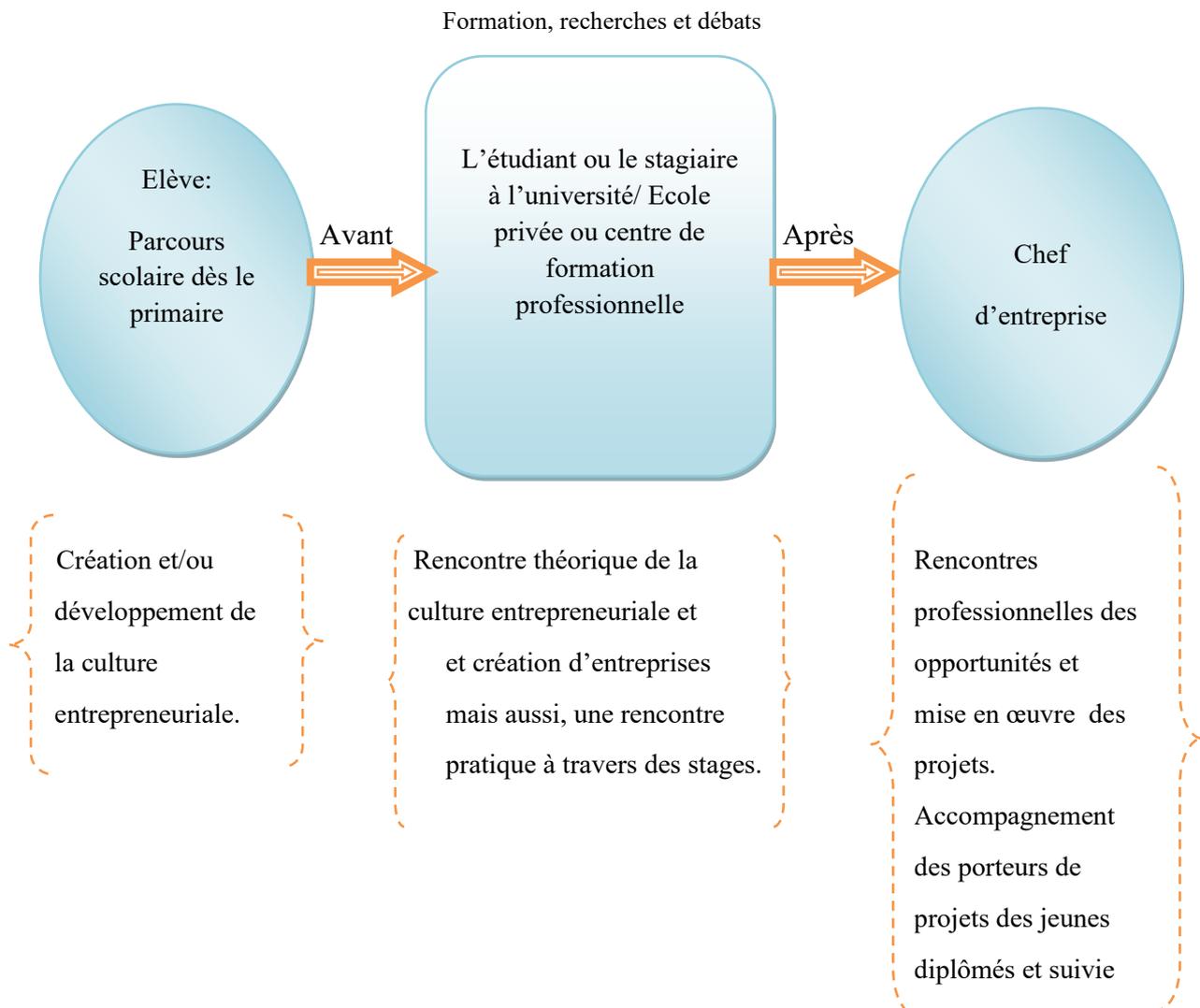
3.3.1.2. Le système éducatif universitaire

En vue de promouvoir la culture entrepreneuriale, différentes stratégies peuvent être mises en place dans différentes universités. Allant de l'avant-université jusqu'à la vie active, l'individu emprunte un chemin en ayant accès à l'université suivie de sa formation universitaire tout au long de son cursus et ce en passant parallèlement par une évaluation continue jusqu'à l'obtention du diplôme. Durant toute la formation et même après, des actions peuvent être menées en vue de promouvoir et développer la culture entrepreneuriale jusqu'à la création et la gestion entrepreneuriale.

Dans ce processus de promotion de la culture entrepreneuriale et accompagnement, des étapes dans le mode standard peuvent être suivies sauf dans de rares cas d'exceptions, ces étapes sont reprises dans le schéma ci-après, construit à partir du document (Belhadj et Mezghani, 2008).

¹ Exemple de projet intégré : CE et CE « Expérience du CUIES de Sfax».

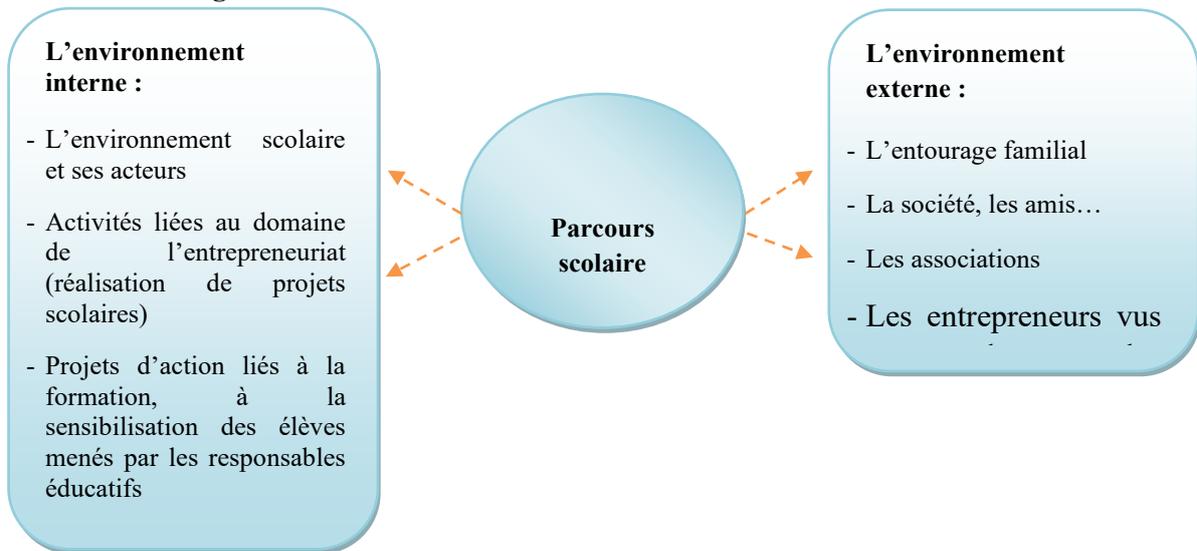
Figure 4. Les étapes suivies en mode standard, pour la promotion de l'entrepreneuriat



Source.: Construit par nos soins à partir de (Belhadj et Mezghani, 2008).

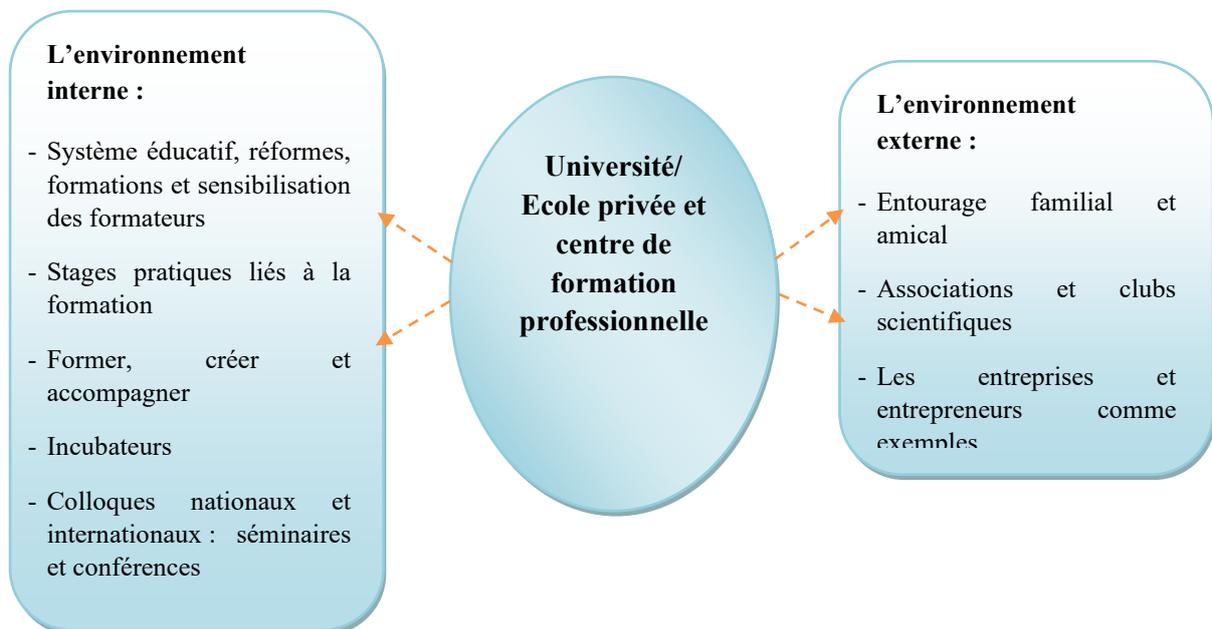
A partir de nos lectures, nous pouvons ainsi détailler et élargir les différentes étapes exposées à partir du schéma précédent. Un schéma détaillé peut être établi pour chaque étape.

Figure 5. Parcours scolaire « Environnement interne et externe »



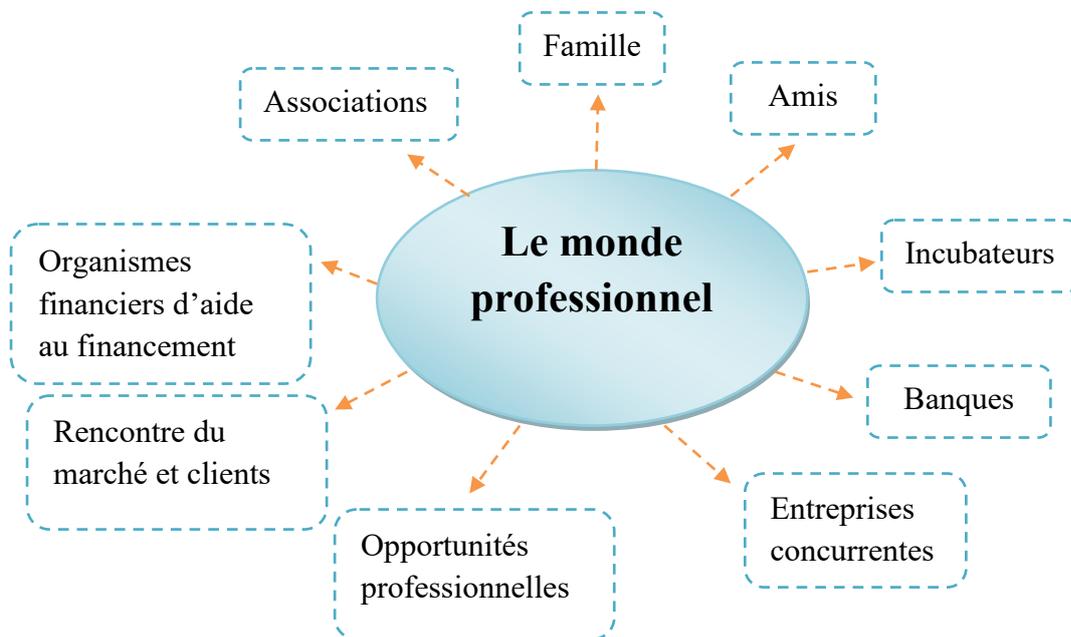
Source.: Construit par nos soins à partir de (Belhadj et Mezghani, 2008).

Figure 6. Université, école privée et centre de formation professionnelle « Environnement interne et externe »



Source.: Construit par nos soins à partir de (Belhadj et Mezghani, 2008).

Figure 7. Rencontre du monde professionnel



Source : Construit par nos soins à partir de (Belhadj et Mezghani, 2008).

« Mise en place d'une culture d'écoute et d'accompagnement des entrepreneurs :

- suivi des jeunes entrepreneurs avant, pendant et après le démarrage.

- soutenir les jeunes entrepreneurs et les aider à faire face aux difficultés qu'ils rencontrent ou pourraient rencontrer pendant leurs parcours » (Belhadj et Mezghani, 2008, p 20).

3.3.2. L'entrepreneuriat au Québec « un travail d'équipe » : Pour une stratégie de l'entrepreneuriat intégrée au développement des régions et des municipalités du Québec.

3.3.2.1. Pour une véritable stratégie de l'entrepreneuriat

« Mettre en œuvre des actions communes, concrètes et structurantes visant notamment à stimuler la fibre entrepreneuriale, à assurer la relève dans les entreprises existantes et instaurer une véritable culture d'entrepreneuriat permettant, entre autres, d'assurer le développement économique des régions et la diversification de leurs économies » (ACLDQ¹, 2010, p 6).

Comme le considère Fortin (2002/2003), la culture entrepreneuriale est un antidote à la pauvreté. Autrement dit, la culture entrepreneuriale mène à la création entrepreneuriale, celle-ci à la création de richesse qui à son tour caractérise sa région et mène à son développement. De ce fait, nous pouvons parler de stratégie, allant du niveau local au niveau national.

3.3.2.2. L'exemple de la promotion et du soutien à l'entrepreneuriat au Québec

L'entrepreneuriat étant une voie privilégiée pour la réussite économique et personnelle de l'entrepreneur. L'obstacle souvent rencontré est lié à la mauvaise cohésion entre les différents

¹ Association des Centres Locaux de Développement au Québec.

organismes de soutien aux entrepreneurs potentiels. L'ACLDQ (2010) nous expose cet exemple plus en détails :

3.3.2.2.1. Soutenir l'innovation

Des projets liés au soutien et à la prise d'initiative peuvent être développés dans le but de sensibiliser les entreprises pour répondre aux changements de l'environnement et valoriser la place de l'innovation, tel que le projet I.NOV¹ mené au Québec, ce projet est composé de l'ensemble des organismes concernés couvrant la région. Leur mission est de répondre concrètement aux besoins ressentis par les entrepreneurs en proposant des ateliers sur l'innovation des entreprises et cela est mené par des experts dans le domaine.

Au Québec, les CLD (Centres locaux de Développement) considérés comme étant les organismes de première ligne. Ceci « a permis de mettre en place un réseau de soutien aux entrepreneurs partout au Québec, une porte d'entrée-un service de 1^{ère} ligne- qui permet à l'entrepreneur potentiel ou déjà en activité d'obtenir des services de consultation, d'orientation, de références, d'accompagnement, de financement et de suivi » (ACLDQ, 2010, p16).

Par ailleurs, ces CLD agissent dans leur première classe comme étant les premiers responsables et ceux-là, suivant leur responsabilité et logique professionnelle sont dans l'obligation de concerter les autres organismes agissant au niveau du deuxième et troisième degré par rapport à la première ligne. Cette logique dans le but de créer une meilleure collaboration de tous les organismes à tous les niveaux en vue d'un meilleur accompagnement.

En effet, l'organisme mère du soutien peut intégrer d'autres organismes clés qui peuvent à leur tour apporter leur aide et renforcer le soutien déjà offert.

Différents organismes de soutien et de sensibilisation, organismes financiers, écoles de formation, innovation et technologie sont considérés comme des organismes clés.

3.3.2.2.2. Une approche innovante : l'accompagnement d'affaires par opportunités (A²O)²

Le CLD de Longueuil a développé une approche interactive qui révolutionne les façons de faire en matière d'accompagnement des entrepreneurs : l'approche A2O, différente du plan d'affaires classique, offre une structure qui amène l'entrepreneur sur des pistes de réflexion lui permettant de valider si son intuition d'affaires est une réelle opportunité.

Accompagné dans sa réflexion par son conseiller du CLD, l'entrepreneur est appelé à façonner son projet en fonction de ses aptitudes et ses qualités d'entrepreneur mais surtout, à valider sur le terrain chaque étape de son processus de création d'entreprise. L'ACLDQ, qui

¹ Un concept représentant une réussite québécoise d'importance au sein du secteur alimentaire.

² Accompagnement d'Affaires par Opportunités, s'agit d'une approche construite en sept étapes : besoin et attitude entrepreneuriale, solutions convaincantes et règles du jeu, avantages concurrentiels, potentiel de marché et définition des niches, incertitudes et risques, plan d'action et enfin applications concrètes (A2O.ca).

possède une licence exclusive d'A2O, procède actuellement au déploiement de l'approche dans son réseau (ACLDQ, 2010, p18).

3.3.2.2.3. Bâtir une stratégie locale en matière d'entrepreneuriat

En vue de bâtir une stratégie locale en matière d'entrepreneuriat, tous les organismes vus précédemment construisent un plan d'action pour le développement régional de l'économie et de l'emploi, une stratégie considérée comme une stratégie locale en faveur de l'entrepreneuriat. Le plan d'action construit à base d'une vision axée sur des objectifs pour des résultats positivement anticipés.

3.3.2.2.4. Culture et relève entrepreneuriale au Québec

a. Développer une culture entrepreneuriale :

Selon (ACLDQ, 2010), les étapes définies sont comme suit : la détection de tous acteurs et organismes concernés. La vision, l'organisation et le lancement dans la démarche à suivre, la définition d'un financement assuré et enfin la détection d'opportunités d'affaires afin d'en éliminer les moins propices¹.

b. Valoriser le rôle de l'entrepreneur :

Le terme entrepreneuriat doit être cité et prononcé par l'ensemble des acteurs et organismes concernés pour sa promotion, du côté public ou privé.

L'importance de la promotion de l'entrepreneuriat apparaît dans le rôle principalement joué par l'entrepreneur. Celui-ci crée son propre emploi et en offre aux autres, participant ainsi à la diminution du chômage et à la création de richesse au niveau personnel, local, régional et national.

c. Soutenir la relève entrepreneuriale :

La relève entrepreneuriale désigne le transfert ou le rachat d'une entreprise par une autre personne potentielle ou ayant suffisamment d'expériences afin de prendre la relève. Cette relève se prépare, le propriétaire-dirigeant doit être dans la position d'avoir réussi à bien mener son projet pour sa durabilité en vue d'une bonne reprise de la part du remplaçant.

Une action qui vise le transfert ou le rachat de l'entreprise en évitant dans le possible la délocalisation de l'activité en général. Car celui-ci touche « à la survie de nombreuses communautés à travers » (ACLDQ, 2010, p21) la région comme c'est le cas au Québec.

Ceux qui réussissent sont les sortants qui préparent leur départ avec un bon plan de valorisation pour une meilleure reprise de la part du preneur et ce pour que ce dernier puisse à

¹ Voir la table régionale en entrepreneuriat Québec comme exemple sur le site suivant: <http://www.tableentrepreneuriat.com>

la fois « rémunérer l'entrepreneur et assurer la survie et la croissance de l'entreprise »¹ (ACLDQ, 2010, p22).

3.3.2.2.5. Les différents niveaux de soutien selon ACLDQ (2010, p28)

Il existe une collaboration plus étroite et fructueuse entre les intervenants québécois de soutien à l'entrepreneuriat et les CLD du Québec. La vision commune du cycle de soutien aux entrepreneurs québécois est essentielle dans le cadre des consultations pour l'élaboration de la nouvelle Stratégie de l'entrepreneuriat du gouvernement du Québec. Nous retrouvons ainsi :

a. En première ligne : le local

Municipalités et communautés : services disponibles partout à travers le Québec.

- Soutien local (120 CLD)
- Soutien généraliste, formation, orientation et référence
- Soutien au plus grand nombre d'entrepreneurs

b. En deuxième ligne : le régional et le suprarégional

- Soutien régional (régions administratives, MRC et grands centres)
- Soutien visant des groupes particuliers dans une région ou selon les priorités régionales
- Soutien spécialisé, technologique, accompagnement professionnel et incubation
- Soutien aux entreprises innovantes et/ou sélectionnées pour leur haut potentiel ou selon des critères particuliers (femmes, jeunes, coopératives, etc.)

c. En troisième ligne : le provincial

- Soutien provincial ou national
- Experts et chercheurs en entrepreneuriat
- Soutien à un nombre limité d'entreprises sélectionnées pour leur très haut potentiel de croissance ou d'exportation (ex. financement par capital de risque)

3.3.2.2.6. Définition des étapes du cycle

a. Sensibilisation

Désigne les programmes et mesures visant à promouvoir l'entrepreneuriat au Québec et dans ses régions, à intéresser les entrepreneurs potentiels, à identifier leur potentiel entrepreneurial et à favoriser l'émergence d'idées d'entreprises et la volonté de les réaliser.

b. Recherche et développement

Soutien et collaboration à la recherche scientifique et technologique, au développement de produits et à l'industrialisation d'innovations en vue de leur commercialisation.

¹ D'après une question construisant l'étude : Selon vous, les propriétaires d'entreprises de votre région planifient-ils adéquatement leur relève ? cité par (ACLDQ, 2010, p22).

c. Maturation

Une étape préalable à la création et au lancement de l'entreprise définie comme étant une période où l'on précise le projet d'entreprise, on évalue son potentiel d'affaires, réalise des études de marché et effectue la préparation du plan d'affaires et de ses différentes facettes.

d. Amorçage

Correspond à la création effective de l'entreprise, soit le moment où des dépenses récurrentes sont engagées dans l'entreprise ou que l'entrepreneur s'y consacre à temps plein, souvent sans autres sources de revenus. À cette étape, il y a au moins une personne qui consacre son temps à l'entreprise mais il n'y a toujours pas de revenus. Ainsi, l'injection de capital ou de financement est nécessaire pour les opérations et le développement d'affaires en prévision des premières ventes.

e. Démarrage

Correspond à la période qui va du début effectif des activités de commercialisation (premiers revenus) jusqu'à l'atteinte de la rentabilité de l'entreprise.

Durant cette période où l'entreprise n'est pas encore auto-suffisante, elle nécessite toujours une injection de capital ou du financement externe. Elle doit croître pour atteindre son point de rentabilité, mais on parle toujours de période de démarrage (ou de redressement) tant qu'elle génère des pertes et nécessite un soutien externe pour ses opérations.

f. Croissance

La période de croissance soutenable commence lorsque l'entreprise a atteint son point de rentabilité. Ce n'est qu'à cette étape qu'une entreprise peut prétendre à la pérennité (viabilité à moyen et à long terme), soit l'objectif ultime de l'entrepreneur.

g. Relève ou "Transmission"

Période où l'entrepreneur planifie, organise et réalise la transmission de son entreprise à une autre équipe ou propriétaire. Nous parlons généralement, de la sortie de l'entrepreneur et d'un ou de plusieurs des actionnaires de l'entreprise qui cèdent le contrôle de la gestion de l'entreprise et/ou vendent leurs participations dans le capital de l'entreprise.

Avec la retraite anticipée d'un grand nombre d'entrepreneurs et de gestionnaires d'entreprises, la relève devient un défi particulièrement important.

3.4. Une vue d'ensemble sur les meilleurs pratiques dans les pays de l'Union Européenne (UE) et dans certains pays de l'OCDE

Nous observons à travers ce tableau l'ensemble des mesures de soutien adoptées entre les années 80 jusqu'aux années 2000. Ces mesures sont créées afin de répondre au processus de création d'entreprises à même le développement de leurs économie au niveau de ces pays, soutenant ainsi les femmes entrepreneurs et potentiellement entrepreneurs, allant de

l'existence et la naissance potentielle de l'idée de création chez les femmes jusqu'au développement de ces entreprises féminines une fois créées¹.

4. Entrepreneuriat féminin² : quelles spécificités et quelles contributions ?

Dans cette dernière section, nous nous intéressons aux spécificités touchant particulièrement à l'entrepreneuriat féminin comparativement aux hommes. Dans cette optique, nous présentons des statistiques relatives à différents pays au niveau mondial (États-Unis, Union Européenne, Asie et les pays de la région MENA). Nous évoquerons aussi les obstacles rencontrés et les politiques économiques pouvant y remédier afin de promouvoir l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial.

4.1. L'entrepreneuriat féminin : quels obstacles ?

Il s'agit ici d'identifier les différents obstacles atteignant les femmes se lançant dans l'entrepreneuriat. Selon l'OCDE (2004), ces obstacles peuvent être classés selon quatre phases, du lancement jusqu'au développement de l'entreprise : obstacles généraux auxquels les femmes font face lorsqu'elles se lancent dans l'entrepreneuriat, obstacles spécifiques aux nouvelles entreprises, obstacles spécifiques à la gestion d'une petite entreprise, et enfin obstacles spécifiques à l'expansion de l'entreprise.

4.1.1. Les obstacles généraux

4.1.1.1. L'absence de modèles d'entrepreneur à émuler

Comme le phénomène de la création d'entreprises féminines est relativement récent, nous observons alors un manque de modèles d'entrepreneurs à émuler et suivre. Un modèle de femme entrepreneure est une personne qui, par son comportement et par tout ce qu'elle réalise, aide un certain nombre de personnes à effectuer un choix de création d'une entreprise. En outre, de par nos lectures, nous constatons que l'influence de ces modèles est liée au genre. Cela veut dire que quelqu'un qui est du sexe masculin influence une personne qui est du même sexe et vis-versa (OCDE, 2004, p 41). Ce résultat se vérifie dans différents pays quel que soit la méthode utilisée. La réussite des parents travaillant à leur compte revêt une grande importance dans la façon dont les enfants vont concevoir l'entrepreneuriat. Ainsi ces enfants auront plus tendance à suivre cette voie que ceux dont les parents ne réussissent pas ou ne sont même dans ce domaine. Ces parents exercent aussi une influence en fonction du sexe. En effet, une fille est davantage susceptible de s'installer à son compte si sa mère exerçait elle aussi une activité indépendante.

La recherche en entrepreneuriat relève que la plupart de ceux qui créaient leur entreprise le font dans le secteur où ils ont déjà travaillé, ils étaient souvent employés dans des petites entreprises (OCDE, 2004, p42). Cette structure facilite ainsi à l'entrepreneure potentielle l'observation et la compréhension de son fonctionnement. En effet, celle-ci constitue un

¹ Pour plus détails sur ce point, voir tableau 91, annexe 1.

² Voir la part relative des hommes et des femmes, chefs d'entreprise et travailleurs indépendants, tableau 92, annexe 1.

important terrain d'expérience et d'apprentissage (expérience directe qui provient de la maîtrise du métier et expérience indirecte qui provient de l'observation de la gestion de l'entreprise). Par conséquent, les entrepreneurs potentiels peuvent devenir capables de gérer eux-mêmes une petite entreprise. Sous cet angle, même les parents travaillant à leur compte donnent à leurs enfants depuis leur petit âge, une abondance d'expériences indirectes (elles constituent une méthode d'apprentissage sous-optimale par rapport à l'expérience directe). Plus les similarités entre le modèle et celui qui l'observe se rapprochent, plus les succès et les échecs du modèle influenceront l'observateur (OCDE, 2004, p 42).

4.1.1.2. Le manque d'expérience

« Tous les stades de l'entrepreneuriat sont tributaires d'expériences pertinentes, depuis l'identification des opportunités jusqu'à la gestion concrète d'une entreprise. Selon la théorie du capital humain (connaissances et compétences), il existe un lien positif entre le capital humain de l'individu et la probabilité qu'il découvre une opportunité. En effet, plus le capital humain est élevé, plus l'individu disposera de connaissances qui l'aideront à identifier des opportunités et la manière de les exploiter au mieux, ce qui accroît également la probabilité de découvrir des opportunités et réduit le coût de leur mise à profit. Cependant, la décision d'exploiter ou non une opportunité nécessite de déterminer la valeur de l'opportunité par rapport au coût de son exploitation, et de comparer le résultat obtenu à ceux des autres choix possibles. Étant donné que d'autres choix professionnels s'offrent aux individus, l'exploitation de toute opportunité a un coût. Les individus qui ont suivi de longues études et qui possèdent une expérience pertinente disposent d'un vaste choix de possibilités autres que l'entrepreneuriat » (OCDE, 2004, p 42,43).

Récemment, concernant les pays industrialisés (OCDE, 2004, p 43), les recherches font apparaître un problème concernant l'entrepreneuriat féminin : il semble que les femmes ayant suivi de longues études choisissent d'autres domaines que l'entrepreneuriat parce que plus les individus sont expérimentés, plus ils découvrent des opportunités, plus ils sauront mieux les exploiter, et plus ils seront susceptibles de faire d'autres choix que l'entrepreneuriat. Ainsi, ce sont souvent les femmes non qualifiées et riches qui s'intéressent à l'entrepreneuriat. Par conséquent, si les femmes qualifiées continuent de choisir d'autres domaines que l'entrepreneuriat, leur entreprises risquent d'avoir une probabilité de survie et d'expansion inférieure à celles créées par des hommes.

4.1.1.3. Absence de réseaux utiles et de statut social

Généralement, le statut social des femmes est inférieur à celui des hommes (OCDE, 2004, p43), ce qui détermine le type de réseaux dont elles font déjà partie ou auxquels elles peuvent avoir accès. Les femmes s'engagent moins que les hommes dans les réseaux et même ces réseaux diffèrent. En effet, les liens faibles sont tout aussi importants à saisir et ne sont pas surement négligeables. Mais les femmes s'engagent dans des relations personnelles solides qui sont celles liées à des tâches familiales qui peuvent constituer des obstacles sur le marché.

Par conséquent, il est plus facile pour un homme d'accéder aux moyens, aux aides et aux informations nécessaires pour gérer et créer une entreprise.

Le réseau dont un individu fait partie, lui fournit le soutien émotionnel, la persuasion sociale et l'expérience indirecte. Aussi, il offre l'aide matérielle et financière, savoir-faire, encouragement, financement et qui feront qu'une personne qui se lance ou non dans l'entrepreneuriat réussisse. « La théorie des réseaux sociaux a pour objectif d'expliquer comment une personne atteint un certain statut dans une société ou comment le capital social peut être utilisé pour la réalisation d'objectifs personnels » (OCDE, 2004, p44). Le capital social se forme par deux types de ressources financières, on a les ressources personnelles, celles que possède l'individu et qu'il est libre d'utiliser, puis, les ressources sociales, dont l'utilisation dépend des liens que fournit le réseau. Le statut social de l'individu dépendra de la combinaison de l'accès au capital social et de la volonté de mobiliser ces moyens.

4.1.1.4. L'absence de patrimoine

Pour créer une entreprise, il faut tout d'abord que l'entrepreneur potentiel soit doté d'un patrimoine assez riche au niveau du capital financier (OCDE, 2004 ; Banque Mondiale, 2016 ; Ehlermann *et al* 2015/2016) mais aussi au niveau cognitif. Mais rarement sont les femmes qui accèdent à ce type de patrimoine. Souvent, elles sont gênées par leurs obligations familiales (Ehlermann *et al*, 2016) en termes de temps pour faire carrière. Ainsi, leurs chances de tomber sur une opportunité pertinente se réduit. Par conséquent, ces femmes souvent mal payées parce qu'elles ne travaillent pas à plein temps. Or, un emploi à mi-temps, plus une rémunération minimale constitue un mauvais départ pour la constitution d'un patrimoine.

Les femmes gagnent en moyenne moins que les hommes même dans les pays développés (OCDE, 2004, p45). En effet, elles constituent un patrimoine assez pauvre par rapport aux hommes et même ce qui est plus grave, c'est qu'elles n'ont même pas la maîtrise de leur argent (dans les pays en développement par exemple tels que le Bangladesh et le Mali, en raison d'obstacles juridiques et/ou culturels). Il arrive aussi qu'un membre de leur famille leur confisque leur argent accumulé juste parce qu'il croit qu'il en a le droit, ce qui les empêche de créer leur entreprise¹, même s'il y a des initiatives destinées à améliorer la situation des femmes par les autorités politiques (OCDE, 2004, p 45). Il faudrait beaucoup de temps pour que la société change et adopte de nouvelles attitudes. Cependant, puisque les femmes n'ont pas le pouvoir sur leur argent, les établissements n'accepteront pas de les financer que si elles mettent une garantie d'une même grandeur que le financement demandé. Dès lors, nous pouvons même dire dans ce cas que les riches sont les mieux favorables à trouver les opportunités les plus porteuses et de les exploiter avec succès.

¹ Un des témoignages durant notre enquête de terrain réalisée en 2014, une femme ayant abandonné son entreprise car tout ce qu'elle réussissait à réaliser comme profit ne lui appartient. Sa famille le récupère notamment ses parents et ses frères (Hitache, 2014).

4.1.1.5. La nécessité d'accomplir plusieurs tâches simultanément

Un autre obstacle tout aussi important empêche les femmes de créer leur entreprise et de la mener au mieux pour un succès certain, il s'agit bien du temps insuffisant que doivent consacrer ces femmes à leur entreprise créée. Ce manque de temps est dû aux tâches multiples que les femmes ont à accomplir ; les corvées domestiques et l'éducation des enfants (Ehlerman et *al*, 2015, p 4). Pour cela, elles ne peuvent ni travailler à plein temps comme nous l'avons déjà cité auparavant, ni se déplacer pour démarcher les établissements et les banques, ni chercher de meilleurs clients et fournisseurs, ni assister et encore participer à des programmes de formation. Ce problème a été constaté dans plusieurs pays surtout dans les pays en développement comme le Mali, le Maroc, l'Algérie, le Sénégal...etc.

4.1.2. Les obstacles propres à la création d'entreprise

Concernant le financement extérieur et la discrimination sexuelle, en général, les femmes disposent de moins d'actifs que les hommes. Ces femmes doivent alors chercher des financements assez suffisants pour lancer leur projet, même si ce dernier ne nécessitant pas un financement important. L'OCDE (2004) souligne qu'il est très difficile de déterminer si le manque de financement extérieur pour les femmes est dû à la discrimination sexuelle. Plusieurs conclusions en découlent (Brush, 1992 ; Carter et Rosa, 1998). Parce que si par exemple, une femme n'obtient pas un financement extérieur par le fait qu'elle manque d'expérience, de capital financier et humain, dans ce cas l'établissement concerné ne peut être coupable de discrimination sexuelle. Ces femmes ont surtout plus de difficultés à trouver un financement pour une entreprise déjà existante du moment qu'elles ne se familiarisent pas avec les réseaux informels comme les hommes en ont l'habitude puisqu'ils sont plus anciens dans le domaine. Développer son réseau informel de contacts en vue de développer ses affaires, le rôle de la société joue un rôle important dans le développement de ce type de circuit. Selon notre enquête réalisée en 2011 (Hitache, 2011) sur une centaine de femmes entrepreneures, le besoin d'indépendance et de liberté est le plus souvent sollicité car, en effet, en étant dans un pays en développement, la position de la femme est limitée et dans la plupart des cas considérée comme un sexe faible. Des femmes subissent l'interdiction de développer des contacts avec d'autres personnes du sexe masculin et même du même sexe.

Les banques et les autres établissements ont une attitude négative envers les femmes (OCDE, 2014, p 46). Les femmes entrepreneures ne sont pas considérées comme chefs d'entreprise et cela est dû à la répartition traditionnelle des rôles entre hommes et femmes (OCDE, 2004, p 46). Ensuite, les femmes s'engagent souvent dans des secteurs que les établissements connaissent mal (service aux personnes).

Ce qui est encore plus saillant dans de nombreux pays en développement, est que les femmes n'ont pas le droit de solliciter un financement en tant qu'individu en raison de leur situation sociale. Souvent, leur mari ou leur frère le fait à leur place (Mayoux, 2001). De nombreuses études dans les économies développées, confirment que des obstacles existent aussi dans ces pays. Mais ils sont en train de s'atténuer parce beaucoup d'établissements

financiers prennent conscience des inégalités existantes et considèrent les femmes entrepreneures comme source potentielle de revenu (Kay et al, 2003 cité par OCDE, 2004).

Les micro-crédits (Morduch, 1999) semblent être une solution « gagnant-gagnant » et pour les établissements financiers et pour les clients pauvres, c'est un mécanisme qui est devenu très populaire dans la majorité des pays dans le monde (Etats-Unis, Canada, les pays de l'Union Européenne, l'Algérie...etc.)¹ et aussi dans les pays en développement dont l'Algérie. Cependant, que peut-il arriver si ces femmes arrivent à surmonter ces obstacles et parviennent à avoir une entreprise et la diriger elles-mêmes ?

4.1.3. Obstacles propres à la gestion d'une petite entreprise

Les études consacrées aux femmes chefs d'entreprise montrent que ces dernières doivent quotidiennement faire face à des préjugés concernant leur sexe. Dans le cadre des relations d'affaires, les clients, fournisseurs, banques, etc., leur rappellent constamment qu'elles sont différentes, même si c'est parfois de manière positive, pour les féliciter d'avoir réussi en tant que femmes. Ces études ont montré qu'une fois que les femmes arrivent à créer leur entreprise, elles sont relativement satisfaites que si elles étaient salariées même si ses revenus dégagés seront moindres (Loscocco et al, 1993). Il est démontré aussi (Loscocco et al, 1993) que dans ce type d'entreprise, les salariés de leur côté, ont tendance à se confondre dans la perception de la femme dirigeante, c'est-à-dire entre la percevoir en tant que dirigeante ou en tant que mère (rôle traditionnel).

4.1.4. Obstacles au développement d'une entreprise

Les femmes ont une plus grande responsabilité familiale au quotidien (OCDE, 2004, p 48), elles consacrent alors peu de temps à investir pour le développement de leur entreprise. Comme nous l'avons déjà souligné auparavant, le manque de financement, qui pousse encore les femmes à choisir les projets les moins ambitieux dans l'espoir de les financer elle-même, cette situation agit par conséquent négativement sur la croissance de l'entreprise.

Malgré tous ces obstacles, certaines femmes les surmontent et font prospérer leur entreprise. Des études réalisées par l'OIT sur plusieurs économies en développement, nous permettent de considérer quelques exemples (Ethiopie, Tanzanie et Zambie) et dans des économies plus développées tels que les Etats-Unis. Dans ce pays, les femmes ont donné naissance à de nombreuses initiatives : création de réseaux de femmes *business angel*, des forums, élaboration de programmes de formations, Femmessor, il y a même des femmes PDG d'entreprises en forte croissance qui intéressent de plus en plus les chercheurs. Ainsi, nous pouvons bien en déduire contrairement à ce que l'on pense que les femmes ne sont pas uniquement créatrices de micro-entreprises.

¹ Subvention Québec, Emploi Québec, Femmessor, ANSEJ, ANGEM...etc.

4.2. Le poids économique de l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial

Nous nous intéresserons dans ce qui suit à l'impact économique de l'entrepreneuriat féminin dans un certain nombre de pays. Il est si difficile de comparer entre plusieurs pays du moment que premièrement ; dans certains pays, l'information sur l'entrepreneuriat féminin reste insuffisante. Deuxièmement, les définitions et les méthodes de collecte de données diffèrent d'un pays à un autre. En troisième lieu, et c'est peut-être le point le plus important, l'entrepreneuriat féminin joue un rôle considérable et surtout connu par son poids croissant. Sa croissance est rapide et continue surtout dans les pays développés.

4.2.1 Le poids économique de l'entrepreneuriat féminin dans quelques pays du monde

Comme le montre le tableau 2 ci-dessous, nous disposons de quelques chiffres représentant l'impact économique de l'entrepreneuriat féminin au niveau d'un certain nombre de pays dans le monde. Au Canada par exemple, à l'aide des données statistiques compilées par le groupe de travail du premier ministre sur les femmes entrepreneures en 2003, nous observons qu'il y a plus de 82 100 femmes entrepreneures et leur contribution économique annuelle dépasse les 18,1 milliards de dollars canadiens. Avec une augmentation de 208% du nombre de ces femmes entrepreneures entre 1981 et 2001 contre un pourcentage de 38% pour ce qui est des hommes. Par contre, le chiffre d'affaires des femmes est plus faible à celui des hommes. Aux États-Unis, d'après l'*US Census Bureau*, les entreprises féminines sont au nombre de 6,4 millions sur un total de 23 millions entreprises, soit 28%. En Allemagne, le chiffre atteint les 1.03 million d'entreprises détenues et gérées par des femmes. En Suède, les femmes ont en moyenne 0,6 salariés à temps plein contre 1,7 pour les hommes. Les femmes détiennent des entreprises plus petites que celles des hommes mais l'écart de taille diminue de plus en plus. Concernant les autres pays, les femmes entrepreneures sont à 26% au Royaume-Uni en 1999, et 36% pour les Corée du Sud en 2001. Au vu de ces résultats, nous concluons que les femmes constituent une force économique non négligeable. Elles réalisent au même temps un chiffre d'affaires élevé et des emplois et pour elles et pour d'autres personnes.

Tableau 2. L'impact économique des femmes entrepreneurs

Pays	Impact économique	Année	Source
Allemagne	Il y a au total 1.03 million d'entreprises ayant pour propriétaire une femme. Les entreprises appartenant à des femmes et dirigées par leur propriétaire qui ont un chiffre d'affaires d'au moins 16 620 euros (n = 522 000) représentent 18 pour cent du total dans cette catégorie et emploient 2 millions de salariés. Ces entreprises réalisent un chiffre d'affaires global de 232 milliards d'euros, soit environ 6 pour cent du total et 11 pour cent de celui dégagé par les entreprises dirigées par leur propriétaire.	2000	Kay <i>et al.</i> (2003)
Canada	On recense plus de 82 100 femmes entrepreneurs, et leur contribution à l'économie dépasse 18 109 milliards de dollars canadiens par an. Entre 1981 et 2001, le nombre de femmes entrepreneurs a bondi de 208 %, contre seulement 38 % pour les hommes. Le chiffre d'affaires annuel moyen des entreprises détenues par des femmes est significativement inférieur. En 2000, celui des PME appartenant à des femmes s'est établi à 311 289 dollars canadiens, contre 654 294 pour les entités dont le propriétaire est un homme.	2003	Groupe de travail du Premier ministre sur les femmes entrepreneurs
Corée du Sud	Les entreprises ayant pour propriétaire/dirigeant une femme représentent 36 pour cent de l'ensemble des entreprises (n = 1,1 million).	2001	Bureau national de statistique de la Corée Fédération coréenne des petites entreprises
États-Unis	Les entreprises ayant pour propriétaire/dirigeant une femme représentent 28 pour cent sur un total de 23 millions d'entités (n = 6,4 millions) et emploient 9,2 millions de personnes, soit 9 pour cent de l'effectif salarié du secteur privé.	2002	US Census Bureau
Royaume-Uni	Les femmes représentent 26 pour cent sur un total de 3,2 millions de travailleurs indépendants (n = 824 659).	1999	Carter <i>et al.</i> (2001)
Suède	Les femmes créent 28 pour cent des nouvelles entreprises et emploient en moyenne 0,6 salarié à temps plein (contre 1,7 pour les hommes)	2001	(ITPS, 2002)

Source : (OCDE, 2004, p 13)

Pour l'OCDE (2004) et avec la compilation des données de ses pays membres¹ sur le nombre d'entreprises d'hommes et de femmes travaillant à leur compte pour l'année 2000, la proportion la plus faible concerne la Turquie avec 13% et la plus forte pour le Portugal avec 40%. Figurent également en tête, les Etats-Unis et le Canada avec respectivement 40% et 38%. La plupart des pays affichent une proportion comprise entre 22% (Danemark) et 33% (Autriche). A cet effet, nous remarquons que la part relative des femmes travaillant à leur compte varie d'un pays à un autre. En ce qui concerne l'Europe, les statistiques de la commission économique des Nations-Unis peuvent nous permettre d'estimer l'importance de l'entrepreneuriat féminin. Selon ces statistiques, le pays représentant la part la plus faible est la Turquie et celui qui représente la part la plus forte est la République de Moldavie.

Une évaluation de l'impact économique de l'entrepreneuriat féminin proposée par le BIT (2015, p 7) affirme que les femmes en développant leurs entreprises, elles constituent une proportion non négligeable de la population totale des PME et que leur contribution à la création d'emplois et de revenus est importante.

¹ Les pays membres figurant dans ces statistiques sont la Turquie, l'Irlande et le Danemark

4.2.2 Le poids économique de l'entrepreneuriat féminin en Asie

Le tableau 3 ci-dessous donne un aperçu général pour quelques pays d'Asie sur le poids de l'entrepreneuriat féminin et présente la distribution relative des différentes catégories de femmes qui travaillent. Les pays étudiés sont tous des pays en développement, où les femmes cherchent toujours une source de revenus. Les proportions des pays diffèrent, l'écart est parfois considérable comme par exemple avec le Népal qui affiche 84%, contre le Bangladesh qui lui atteint à peine les 8%. Nous pouvons dire que les femmes jouent un rôle économique et social important en procurant un revenu pour elles-mêmes, pour leur famille et en créant de l'emploi pour les femmes et les hommes¹.

Tableau 3. Femmes et activité indépendante dans quelques pays d'Asie (en %)

Pays	Népal (1991)	Thaïlande (1993)	Philippines (1990)	Pakistan (1992)	Bangladesh (1995-96)
Catégorie					
Femmes chefs d'entreprise	0.36	0.80	–	1.20	0.10
Femmes exerçant une activité indépendante	83.69	18.20	31.20	42.40	7.60
Salariées	11.69	31.40	46.10	34.20	8.70
Activité non rémunérée au sein de la famille	3.54	49.60	22.70	22.20	77.40
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Source : Karim, 2000, cité par OCDE, 2004, p 17

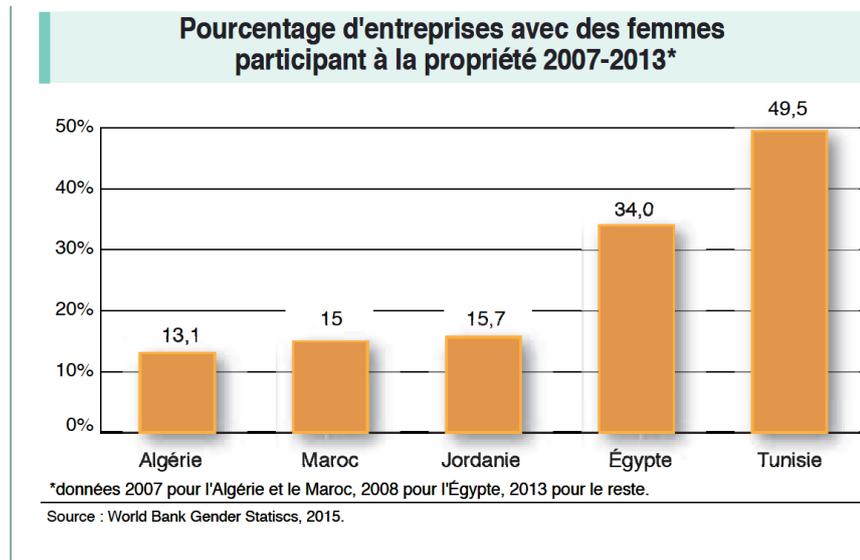
4.2.3 Le poids économique de l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA

Nous observons dans les figures suivantes, les statistiques présentant l'activité entrepreneuriale sous une approche genre et comparative entre sexes et pays. Des statistiques particulièrement récentes exposées par l'OCDE, La Banque Mondiale (World Bank Gender Statistics « WBGS » ainsi que le GEM (Global Entrepreneurship Monitor).

Nous relevons en effet la participation des femmes à la propriété des entreprises existantes. Comparativement à celle des hommes, la part de ces femmes demeurent plutôt importante en Tunisie et un peu moins en Égypte. Cependant, leur participation est très faible en Algérie bien qu'il s'agisse de statistiques de 2007. « La participation à la propriété n'indique pas nécessairement que les femmes reçoivent une part importante des revenus (par exemple dans le cas d'une participation nominale à la propriété d'entreprises de leurs maris) et ne fournit pas d'informations sur la proportion de leur participation à la propriété (par exemple, 5% contre 100%) (Ehlerman et al, 2015/2016, p 2).

¹ Pour plus de détails, conférer tableau 8 de l'annexe 5.

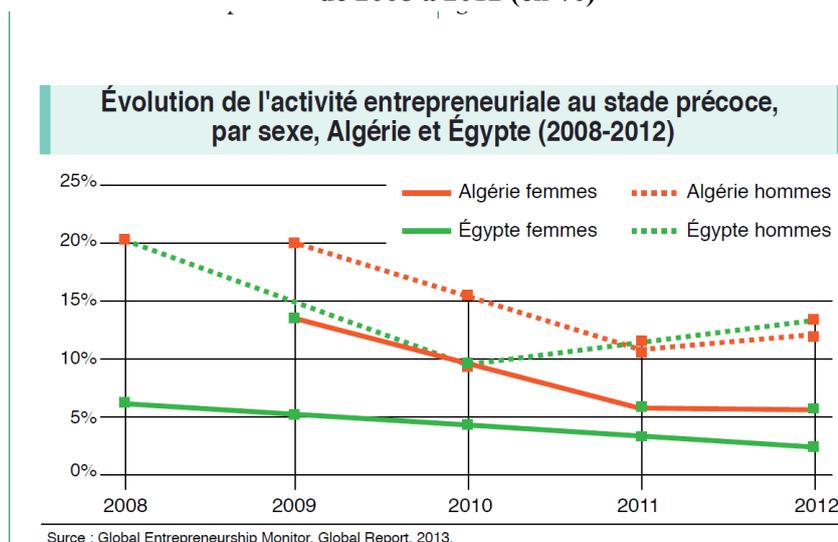
Figure 8. Les entreprises avec des femmes participant à la propriété 2007-2013 (en %)



Source : Ehlerman et al, 2015/2016, p 2.

Nous observons principalement un fait très important traduit par la reprise de l'activité entrepreneuriale chez les hommes à partir de 2010 et 2011, respectivement en Égypte et en Algérie et parallèlement et comparativement aux femmes, nous observons un déclin. Selon plusieurs études dont l'étude menée par la Banque mondiale sur (The environment for women's entrepreneurship in the middle East and North Africa), un climat des affaires difficile affecte davantage les femmes entrepreneures que les hommes (Ehlerman et al, 2015/2016, p 2).

Figure 9. Évolution de l'activité entrepreneuriale au stade précoce, par sexe, Algérie et Égypte de 2008 à 2012 (en %)

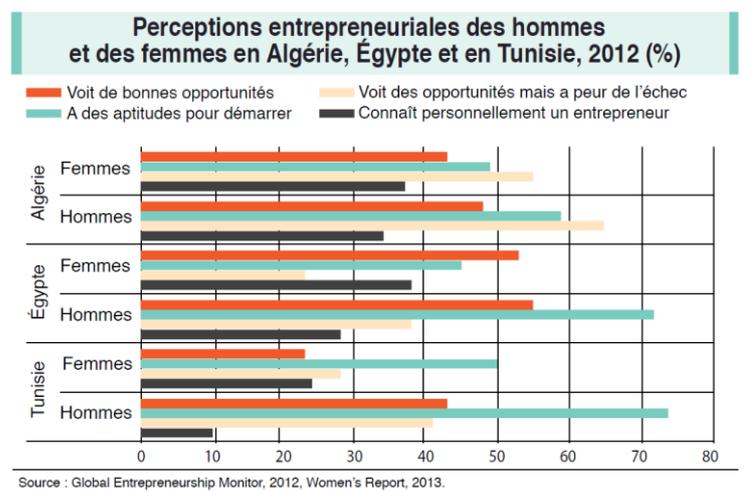


Source : Ehlerman et al, 2015/2016, p 2.

A travers la figure 9 ci-dessus, nous constatons que les aptitudes présentes chez les femmes afin de démarrer une entreprise sont plus présentes chez les femmes tunisiennes. Par contre un écart affiché comparativement aux hommes est moins important en Algérie, ceux qui veut dire que les femmes et les hommes en Algérie présentent des aptitudes de création d'entreprises très proches.

La perception entrepreneuriale est plus positive chez les femmes Égyptiennes que chez les Algériennes car en Égypte, les femmes ont plus tendance à avoir de bonnes opportunités qu'en Algérie où les femmes ont plus tendance à avoir des opportunités mais qui ont peur de l'échec.

Figure 10. Perceptions entrepreneuriales des hommes et des femmes en Algérie, Égypte et en Tunisie (en %)

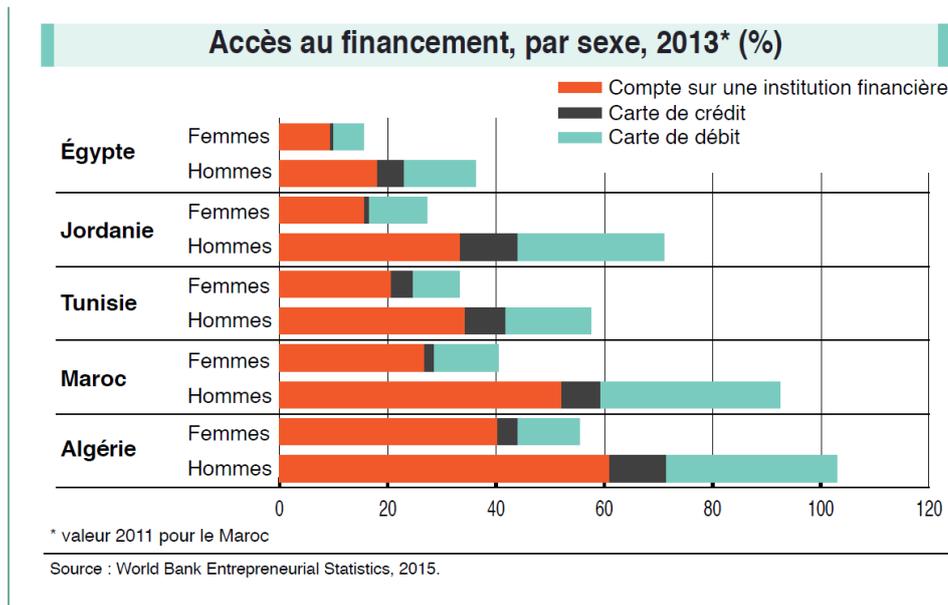


Source : Ehlerman et al, 2015/2016, p 3.

La figure 11 ci-dessous présente, comparativement aux hommes, la part des femmes dans l'accès au financement dans les pays de la région MENA. Ainsi, la part la plus élevée chez les femmes ayant un compte courant dans un établissement financier est représentée par les femmes Algériennes. Cependant, leur part représente la moitié de celles des hommes.

« Les résultats, détaillés par l'OCDE, ont montré que les critères traditionnels d'octroi de crédits bancaires rejettent les projets des femmes entrepreneurs en raison de leur accès limité à la banque officielle, parce qu'elles manquent souvent de garanties et que leur niveau d'expérience professionnelle est bas (Ehlerman et al, 2015/2016, p 3).

Figure 11. Accès au financement, par sexe, 2013 (en %)



Source : Ehlerman et al, 2015/2016, p 4.

Pour conclure cette section, nous retenons qu'il existe plusieurs méthodes pour mesurer le poids économique et social de l'entrepreneuriat féminin dans le monde, tant au niveau des individus qu'au niveau des entreprises. Quelle qu'elle soit la méthode choisie, nous pouvons toujours dire que les femmes entrepreneurs jouent un rôle économiquement très important par la création d'emplois pour elles-mêmes et pour d'autres femmes. En 2004, à la 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME), on avait affiché les chiffres suivants : les femmes entrepreneurs seraient plus de 10 millions en Europe et 6,4 millions aux Etats-Unis employant 9,2 millions de personnes. L'activité indépendante représente une solution d'emploi très importante pour de nombreuses femmes et plus particulièrement dans les pays en développement sans compter l'emploi informel (BIT, 2008 ; Bellache 2010 ; Hitache, 2011 ; Gherbi 2013). Cependant, même si l'entrepreneuriat féminin représente une ressource économique très importante mais le nombre d'entreprises féminines créées reste encore faible et souvent dans des secteurs précaires et peu de chercheurs s'y intéressent.

4.3. Quelques éléments de politique économique pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin

Partant notamment des constats tirés du rapport de l'OCDE (2004), l'activité des femmes entrepreneurs n'est pas sans sur le développement économique au niveau mondial, du fait notamment qu'elle soit créatrice des emplois pour les femmes exerçant ce type d'activité mais aussi pour d'autres. Le rôle prospère au sein de l'économie se traduit par le nombre de petites entreprises créées ainsi que la majorité d'entre elles qui réussissent à les faire prospérer davantage.

Pratiquement dans les pays du monde, les entreprises féminines sont connues par leur très petite taille. Cependant, l'entrepreneuriat féminin notamment dans les pays en développement demeure largement méconnu car insuffisamment exploré d'où un manque de données statistiques sur le phénomène.

En effet, l'entrepreneuriat féminin dépend à la fois de la place des femmes dans la société et du rôle de l'esprit d'entreprise dans cette société. Ainsi, l'intérêt est porté davantage non seulement sur la femme mais aussi au genre, ce qui implique l'étude des deux sexes.

L'OCDE souligne les obstacles à prendre en considération comme l'absence de modèles à émuler, le statut social pénalisant, les problèmes d'emploi du temps et d'accès au financement.

Afin de remédier à cette situation, des solutions ont été proposées par l'OCDE sous forme de mesures de soutien à l'entrepreneuriat féminin (OCDE, 2004, p 48). Dans le but d'offrir une meilleure intégration des femmes entrepreneures et une égalité recherchée au sein de l'entreprise, l'installation des modes de garde d'enfants bien adaptés seraient une des solutions surtout quand il s'agit des entreprises familiales où souvent l'époux voit sa femme comme mère de ses enfants ou comme femme au foyer au lieu d'une associée. Ceci, permet aux femmes entrepreneures d'intégrer pleinement leurs activités entrepreneuriales.

L'écoute de la voix des femmes entrepreneures en créant des agences gouvernementales d'échanges qui pourraient avoir la charge de proposer des centres d'affaires pour les femmes, d'organiser des séminaires et des réunions d'informations ou de fournir sur internet des informations pour celles qui sont déjà chefs d'entreprises. De plus, la création et le développement des réseaux des femmes entrepreneures au niveau national même pour des partenariats au niveau international. Ces réseaux favorisent le développement de connaissances et d'outils nécessaires à l'entrepreneuriat féminin et facilitent l'activité entrepreneuriale féminine dans une économie mondialisée.

Enfin, pour mieux représenter ce type d'entrepreneuriat, nous revenons à la base statistique touchant l'entrepreneuriat féminin mais aussi masculin car l'approche genre nous permet d'effectuer une analyse comparative nous permettant ainsi d'avoir une vision globale qui est plus pertinente.

Conclusion au chapitre

Tout au long de ce chapitre, nous avons traité de l'entrepreneuriat dans sa multidisciplinarité. Nous avons ainsi présenté et analysé les définitions de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. Comme nous avons pu le montrer, il n'y a pas de définition consensuelle de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur. Chaque auteur y va de sa propre définition, en fonction du critère retenu et de l'approche adoptée.

Ainsi, en prenant en considération les points principaux exposés dans chacune des définitions, nous pouvons retenir la définition de l'entrepreneur selon laquelle l'entrepreneur est cet individu qui tout en prenant un risque de par son comportement caractérisé par des

attraits psychologiques et des compétences innées et/ou développées, saisit les opportunités offertes par l'environnement, décide de créer une organisation, pour coordonner et exploiter des ressources économiques, par de nouvelles combinaisons permettant le développement de nouvelles opportunités alimentant ainsi le processus d'innovation en vue d'une activité continue.

Dans une perspective de genre et malgré le peu de recherches dans ce domaine, les définitions de la femme entrepreneure ne sont pas très rigoureuses. De ce fait, nous pouvons définir la femme entrepreneure comme « celle créant et/ou gérant une entreprise lui appartenant, assumant majoritairement les responsabilités financières, administratives et managériales permettant ainsi son épanouissement personnel, lui procurant une autonomie financière suffisante afin de maintenir son activité à même de répondre à ses besoins financiers ».

Sous une double approche que nous appelons approches « genre » et « obstacles-solutions » car nous ne pouvons pas exclure ces deux points principaux dans la définition de la femme entrepreneure, sa jouissance dans ce domaine en dépend. La femme entrepreneure est considérée comme étant « Cette femme déterminée malgré le poids important des obstacles rencontrés comparativement aux hommes, parfois par nécessité créant et/ou gérant une entreprise lui appartenant, assumant majoritairement les responsabilités financières, administratives et managériales permettant ainsi son épanouissement personnel.

Une définition plus large nous permet ainsi de détecter les points spécifiques caractérisant les femmes Algériennes déjà entrepreneures ou potentiellement entrepreneures, objet de notre étude.

A partir des différentes réflexions de différents auteurs, nous pouvons décrire le domaine l'entrepreneuriat féminin comme une activité indépendante exercée par les femmes faisant au mieux malgré tous les obstacles rencontrés, de leur temps libre, une production financière suffisamment rentable pour développer une activité qui est souvent de très petite taille.

D'un point de vue statistique, nous avons observé l'apport de l'entrepreneuriat féminin au niveau global, du rôle exercé par la femme entrepreneure au sein de l'économie. Parallèlement, nous avons indiqué aussi les différents obstacles existants par le fait d'être une femme dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ainsi, même si majoritairement les entreprises féminines créées sont des micro-entreprises, cela n'est pas lié à la compétence mais plutôt aux obstacles rencontrés au sein de la société. Tant dans les pays développés que dans les pays en développement, ces obstacles exercent une influence négative non négligeable. Cependant, il est important de rappeler que le poids de ces obstacles est plus pesant dans les pays en développement. Même si certaines femmes les prennent comme défis à relever mais beaucoup d'entre elles s'y limitent.

Dans ce cas, il est important de prendre en considération les constats soulignés notamment par l'OCDE mais aussi par différents services gouvernementaux afin d'y remédier

convenablement comme les différentes mesures de soutien mises en œuvre dans différents pays développés et dans une moindre mesure dans certains pays en développement.

C'est dans ce sillage que nous nous intéressons dans le deuxième chapitre à l'entrepreneuriat féminin en Algérie pour cerner son poids économique et social, la place de la femme entrepreneure en Algérie sous une approche genre et institutionnelle ainsi que les obstacles qui entravent son développement.



Chapitre 2 :

L'entrepreneuriat féminin en Algérie: état des lieux et rôle des institutions

Chapitre 2 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie : état des lieux et rôle des institutions

Les entreprises dirigées par des femmes représentent une part significative et croissante en Algérie (Amoros et Bosma, 2014 ; Abedou *et al* 2011). Cette croissance s'explique entre autres par le désir d'indépendance et notamment financière des femmes dont le niveau d'instruction est en nette amélioration au cours de ces deux dernières décennies (Hitache, 2011, 2015). Cependant, ces entreprises détenues par les femmes sont dans leur majorité de petite taille (TPE¹ et PE²) et opèrent dans des secteurs spécifiques peu rémunérateurs, deux facteurs qui expliquent en partie leur faible performance et leur précarité. Cet état de fait rend nécessaire l'intervention des pouvoirs publics et la mise en œuvre de politiques publiques adaptées afin promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans une optique de genre en exploitant ainsi ce potentiel entrepreneurial qui peut contribuer au développement économique et social du pays.

Ce chapitre, qui vise à dresser un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à s'interroger sur le rôle des institutions dans le développement de l'entrepreneuriat des femmes, est organisé en trois sections. La première tente de présenter un aperçu global de l'entrepreneuriat en général en analysant son évolution dans le temps. La deuxième section se focalise sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie en s'intéressant précisément à sa situation particulière, son poids ainsi que ses principales caractéristiques. La troisième et dernière section traite du rôle des institutions dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie en tentant d'exploiter et d'analyser les données de genre disponibles dans une perspective comparative.

1. Aperçu sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin en Algérie

« Depuis que l'Algérie a entamé sa transition vers l'économie de marché, la fibre entrepreneuriale gagne toutes les couches sociales. Certains y voient une opportunité pour s'en sortir, d'autres pour s'enrichir. La crise du modèle de développement, le gigantisme industriel, le manque de souplesse de la grande entreprise publique et le désir de promotion sociale feront de l'entrepreneur le nouvel héros d'une économie en crise. L'économie de marché fait ainsi partie du nouveau sens commun, mais créer son entreprise en Algérie relève d'un véritable « parcours du combattant » où sont requises de nombreuses ressources : professionnelles (compétences, qualifications, savoirs et savoirs faire), sociales (connaissance et participation à des réseaux socioprofessionnels), administratives (connaissance du fonctionnement administratif et bancaire) et culturelles (le sens et l'éthique du travail), etc. » (Madoui, 2008, p 45).

¹ Très Petite Entreprise

² Petite Entreprise

1.1. Évolution de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur en Algérie

L'entrepreneuriat en Algérie a connu une grande mutation. Son statut social et son poids économique se sont transformés au fil du temps en raison du changement du mode de gestion de l'économie, passant du système de gestion planifiée et administrée à celui de la transition à l'économie de marché.

1.1.1. La période de l'économie planifiée

Juste après l'indépendance, il y a eu une centralisation totale de l'économie algérienne, caractérisée par une période de planification centrale et une présence très renforcée de l'Etat. Des stratégies de développement économique mises en place et le gigantisme économique et public occupait une très grande place. Une stratégie d'industrie industrialisante a été ainsi suivie. Déjà, en 1967, les investissements passaient en priorité pour la construction d'une industrie lourde aux dépens des autres secteurs. Vers la fin des années 1970, les grandes entreprises publiques accumulaient déjà des déficits colossaux. A cette période, le ministère de la planification représentait l'administration principale qui s'occupait des plans de développement et de la gestion de l'économie de façon globale.

La restructuration économique qui a débuté dès 1982, avait pour objectif d'alléger le poids de ces entreprises publiques en diminuant de leur taille afin d'améliorer leur mode de gestion. D'autres réformes ont suivi par la suite, en 1989 avec l'autonomie des entreprises publiques, la loi sur la monnaie et le crédit en 1990, etc. La restructuration des entreprises publiques visait à distinguer entre l'entreprise publique et l'entreprise de l'Etat. L'Etat dans ce cas ne devrait être qu'un simple actionnaire. L'économiste Abdelhak Lamiri, souligne à ce propos que « l'autonomie des entreprises n'a été au fait qu'un simple jeu de monopole ou tout le monde fait semblant de posséder, de gérer, de parler de résultats, en demeurant convaincu qu'il ne possède rien du tout » (Lachachi et Aoul, 2006, p 5).

La situation économique du pays était mauvaise et les entreprises publiques étaient dans leur majorité, peu performante et déficitaire. Le chômage était important et en progression continue, aggravée par les licenciements induits par la mise en œuvre du plan d'ajustement structurel des années 1990.

« Pendant longtemps, l'entreprise publique Algérienne n'était que l'outil de réalisation des décisions planifiées et des objectifs centralisés, en l'absence d'un système de transparence de recrutement des dirigeants, certains n'avaient ni le profil ni les aptitudes pour prendre en charge les entreprises. » (Lachachi et Aoul, 2006, p 5).

En effet, l'entrepreneur est longtemps considéré comme « un profiteur » voire même un exploitateur, qui appartient à une classe de « bourgeoisie exploitée ». L'entrepreneuriat privé est trop encadré et bridé par l'Etat algérien, les entreprises privées investissent dans des activités qui représentent un complément pour les grandes entreprises. À travers les différents codes d'investissement (1963, 1966 et 1982), nous comprenons que la taille des affaires de

ces entreprises privées ne doit pas dépasser le seuil d'une entreprise moyenne. Malgré cela, certaines PME ont fait face et ont suivi leur chemin en allant vers le succès en réussissant ainsi à surmonter les différents obstacles. Vers la fin des années 1980, l'Algérie a rompu avec le mode de gestion administré en s'engageant vers le système d'économie de marché.

1.1.2. L'Algérie en transition vers l'économie de marché

Avec le lancement de nouvelles réformes libérales (libéralisation des prix -loi sur la monnaie et le crédit de 1990, ouverture du capital de certaines entreprises publiques à des actionnaires privés, et création d'un marché financier en 1996), l'Algérie marque son passage vers l'économie de marché.

L'Etat s'est rendu compte qu'il avait besoin de plus d'acteurs pour développer l'économie. Il a choisi, alors, l'entrepreneur comme pilier du développement économique du nouveau système. En effet, plusieurs institutions ont vu le jour juste pour encourager l'entrepreneur, l'aider à créer et à accroître son affaire. Une action adoptée par l'Etat en 2003, en est un exemple édifiant ; il s'agit des mesures prises pour promouvoir et relancer le secteur de l'artisanat.

Le secteur privé, particulièrement la PME, longtemps boudé, devient alors un secteur relevant de l'intérêt principal pour le développement. Cette nouvelle stratégie de développement, basée sur les PME, a pour objectif le développement du secteur hors hydrocarbures. Au début de la décennie 2000, le cadre législatif et réglementaire a été renforcé dans l'objectif de relancer l'investissement.

La loi d'orientation sur la promotion de la PME, promulguée le 12 décembre 2001 qui assigne aux PME les objectifs suivants (JORA¹, 2001)² :

Impulser la croissance économique ;

Inscrire le développement des P.M.E dans une dynamique d'évolution et d'adaptation technologique ;

Encourager l'émergence de nouvelles entreprises et l'élargissement de leur champ d'activité ;

Promouvoir la diffusion de l'information à caractère industriel, commercial, économique, professionnel et technologique relative au secteur des PME ;

Encourager toute action tendant à augmenter le nombre de sites d'accueil destinés aux P.M.E ;

Encourager la compétitivité des P.M.E ;

Améliorer le rendement des P.M.E ;

Inciter la mise en place de régimes fiscaux, stables et adaptés aux P.M.E ;

¹ Journal Officiel de la République Algérienne

² Disponible en PDF : <http://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/60377/77646/F1287131857/DZA-60377.pdf>

Promouvoir un cadre législatif et réglementaire propice à la création de l'esprit d'entreprise et au développement des P.M.E ;

Adopter des politiques de formation et de gestion des ressources humaines qui favorisent et encouragent la créativité, l'innovation et la culture entrepreneuriale ;

Faciliter l'accès des P.M.E aux instruments et services financiers adaptés à leurs besoins ;

Améliorer les prestations bancaires dans le traitement des dossiers de financement des P.M.E ;

Encourager l'émergence d'un environnement économique, technique, scientifique et juridique assurant aux P.M.E le soutien et l'impulsion nécessaires à leur promotion et à leur développement dans un cadre harmonieux ;

Promouvoir l'exportation des biens et services produits par les P.M.E.

Jusqu'à ces dernières années encore, le bilan concernant le processus des PME reste déficient. Nous ne retrouvons pas d'informations ou de statistiques fiables sur ce secteur. C'est pourquoi il est difficile de bien cerner le poids réel des PME dans cette phase de transition, leurs caractéristiques, leur évolution ainsi que leurs contraintes. Même si l'Etat s'est désengagé de l'économie, mais le secteur privé peine à se développer et les résultats attendus avec toutes les réformes lancées et les objectifs visés ne sont pas obtenus. De plus, les politiques incluses dans le programme d'ajustement structurel n'étaient pas suffisantes pour promouvoir et stabiliser le développement de ces entreprises afin qu'elles soient à la hauteur pour faire face à la mondialisation et à la concurrence induite. Même si on a donné naissance à de nouvelles politiques à suivre mais il reste que les entreprises actuelles ont du mal à se libérer de l'ancien système.

Par ailleurs, l'ouverture de l'économie n'a pas permis à son système productif de se développer. Bien au contraire, celui-ci a connu un recul considérable à cause de cette politique d'ouverture incontrôlée et qui n'a pas su protéger les industries naissantes du pays. En effet, l'étape de stabilisation s'est poursuivie tout au long de la transition jusqu'à l'instauration de la zone de libre-échange en 2017 afin de passer au libre-échange en toute sécurité.

En effet, la nouvelle loi sur la PME promulguée en 2017, (JORA, 2017)¹ prévoit un certain nombre de mesures destinées à promouvoir l'entrepreneuriat et la PME de façon générale. Ainsi, les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la PME, objet de cette présente loi, ont pour objectifs :

De publier et promouvoir la diffusion de l'information à caractère industriel, commercial, juridique, économique, financier, professionnel et technologique relatif au secteur de la PME ;

D'encourager toute initiative tendant à faciliter l'accès des PME au foncier ;

D'œuvrer pour la mise en place de régimes fiscaux adaptés aux PME ;

¹ Disponible en PDF : <https://www.droit-afrique.com/uploads/Algerie-Loi-2017-02-orientation-developpement-pme.pdf>

De favoriser et d'encourager le développement de la culture entrepreneuriale, ainsi que les nouvelles technologies et l'innovation au sein des PME ;

De faciliter l'accès des PME aux instruments et services financiers adaptés à leurs besoins ;

D'encourager les associations professionnelles, les bourses de sous-traitance et des groupements ;

De renforcer la coordination entre les dispositifs de création et d'appui aux PME aux niveaux central et local ;

La PME bénéficie des mesures d'aide et de soutien, prévus par la présente loi, en fonction de leurs tailles et des priorités définies par des filières et par territoires.

Des mesures intéressantes d'un point de vue théorique, des mesures globales assistant la PME en participant à sa promotion et son développement.

De plus, des mesures de soutien ont été spécifiquement mises en place par spécialités, allant de la création à la croissance de la PME (JORA, 2017, p 4), à la promotion de la sous-traitance, au développement du système d'information économique sur les PME.

Cependant, en aucun cas, nous n'avons retrouvé des mesures spécifiant des mesures spécifiques sous une approche genre à savoir, l'entrepreneuriat masculin et féminin.

La position de la femme dans ce domaine de création d'entreprise est d'envergure nationale. De ce fait, la révision des lois sans la prise en considération de la position de la femme sur le plan économique, son apport économique et social ainsi que les obstacles rencontrés auprès des institutions (institutions financières notamment qui rechignent à financer les projets des femmes) (Ehlermann et *al*, 2015 et 2016, p3). Ainsi, la prise en considération des problèmes spécifiques des femmes est nécessaire en vue de promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Selon Ehlermann et *al* (2015 et 2016, p4), « la législation peut influencer sur la possibilité, pour les femmes entrepreneures d'obtenir un crédit. C'est l'exemple des économies des différents pays de la région MENA dont l'Algérie fait partie, ont des régimes de séparation de biens et des règles en matière de succession très inégales. Ces dispositions portent atteinte à l'accès des femmes à la propriété, car c'est là une condition préalable à l'obtention d'un financement¹, étant donné que la propriété sert de garantie ».

Ainsi, la définition de programmes de développement spécifiques liés aux constats observés est d'une importance non négligeable. Des problématiques différentes avec un point commun constituant le principal obstacle au développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, d'où l'importance d'une considération de la position de la femme sur différents plans, permettant enfin d'y remédier.

¹ L'aspect financier, une problématique que nous avons-nous même soulevée et traitée dans un travail antérieur (Hitache, 2011, 2015).

1.2. L'entrepreneur en Algérie : définitions et essais de typologie

1.2.1. Typologie des entrepreneurs selon Madoui

Madoui (2008), en se basant sur des enquêtes menées entre 2002 et 2006 en Algérie, auprès de cinquante entrepreneurs exerçant dans différents secteurs d'activité tels que l'alimentaire, le textile et les travaux publics aussi bien en milieu urbain que rural, a élaboré une typologie intéressante des entrepreneurs algériens. Les thèmes abordés sont relatifs aux trajectoires socioprofessionnelles des entrepreneurs, leurs motivations et les conditions de création et de développement de l'entreprise.

1.2.1.1. Trajectoires et caractéristiques socioprofessionnelles des nouveaux entrepreneurs

Pour connaître les caractéristiques de ces nouveaux entrepreneurs, Madoui (2008) s'appuie sur une enquête réalisée auprès de cinquante entrepreneurs de la région d'Alger et de Kabylie. Il se limite aux caractéristiques individuelles et socioprofessionnelles des entrepreneurs et arrive ainsi à distinguer quatre types principaux. En effet, ces différents types d'entrepreneurs se distinguent par leur trajectoire socioprofessionnelle, leur motivations à créer et diriger une entreprise mais aussi par leur rapport à la famille et aux amis et par le mode de fonctionnement de l'entreprise et de l'introduction ou pas de l'innovation. Il définit ainsi quatre catégories : les entrepreneurs reconvertis, les entrepreneurs contraints, les entrepreneurs migrants et les entrepreneurs héritiers.

1.2.1.1.1. Les entrepreneurs reconvertis

Dans cette catégorie, l'auteur regroupe les anciens fonctionnaires et cadres du secteur public comme les directeurs, les gestionnaires et les ingénieurs par exemple qui ont saisi une opportunité au cours des années 1990 pour créer leur propre entreprise seuls ou en s'associant à des porteurs de capitaux en faisant recours aux amis ou aux membres de la famille. Ces entrepreneurs se caractérisent par le fait qu'ils sont généralement âgés de plus de cinquante ans et ont un niveau de formation initiale élevé ; égal ou supérieur au baccalauréat, souvent de spécialité technique. Au cours de leur longue carrière dans le secteur public, ils ont bénéficié de formations de haut niveau et d'un réseau de relations qui permettra par la suite à leur entreprise de se trouver des marchés non négligeables. Ce groupe a pour but de faire de l'argent et échapper au monde trop hiérarchisé de la fonction publique. Néanmoins, ils reconnaissent eux-mêmes qu'ils en ont profité pour toutes les formations et expériences que l'Algérie a pu leur offrir après l'indépendance. Ainsi, les relations privilégiées constituées avec l'administration leurs sont d'un énorme avantage du moment qu'elles leur permettent d'élargir leur clientèle. Certains d'entre eux, disent même qu'ils ont travaillé uniquement avec les collectivités locales pour répondre aux nombreux appels d'offres en matière de marchés publics. Cependant le capital social relève d'une grande importance dans le développement de leurs entreprises.

1.2.1.1.2. Les entrepreneurs contraints

Avec la transition du pays vers l'économie de marché, on assiste à une baisse sensible de la réduction de l'emploi suite à la réduction des investissements publics dès 1986 ainsi qu'à un système de compression d'effectif qui se traduit par des licenciements massifs suite aux plans de restructuration des entreprises à partir de 1994. Cependant, ce sont les ouvriers et les employés qui paient le poids lourd de ces problèmes. Même si l'emploi salarié garanti par l'Etat s'est raréfié, en parallèle, il y a eu le développement de l'emploi temporaire et peu qualifié.

Dans ce cas, la création de l'entreprise est considérée comme un moyen d'échapper au chômage. Ce type de reconversion n'est pas le résultat d'un choix personnel mais plutôt le fait d'une contrainte. Les anciens employés (ouvriers, cadres, ou techniciens du secteur public), licenciés à un âge qu'ils jugent eux même très critique (45-50 ans) pour leur employabilité, ont ainsi créé leur entreprise au milieu des années 1990 que ce soit dans le corps du domaine où ils exerçaient auparavant ou un autre domaine complètement éloigné au leur.

La privatisation a eu ainsi comme conséquence le licenciement de plusieurs employés (même pour ceux qui ont plus de vingt ans d'expérience professionnelle). Mais comme l'a souligné Madoui (2008), le licenciement est parfois non pas le résultat de privatisation mais bien la conséquence de souffrances au travail, d'harcèlements moraux dont certains des interviewés (qu'ils soient femmes ou hommes, aussi bien dans le secteur privé que public).

Les jeunes chefs d'entreprises ayant créé leur entreprise en faisant recours aux aides de l'Agence Nationale pour le Soutien et l'Emploi de Jeunes (ANSEJ) sont ajoutés à cette catégorie d'entrepreneurs « par défaut ». Du fait que beaucoup se sont embarqués dans cette aventure de création sans s'être dotés de formations nécessaires et encore moins d'expérience et de capacité à entreprendre.

Ce type d'entrepreneur contraint a été confirmé une autre fois en 2015 (Ghiat, 2015, p 95), par le fait que « l'entrepreneuriat en Algérie est qualifié d'« entrepreneuriat de survie » où l'entrepreneur crée son entreprise par contrainte sociale, il crée par nécessité et non pas pour exploiter une opportunité ». Ayant été exposé dans le rapport GEM (2011, p 55) : Ils y a ceux qui se trouvent dans des situations de vulnérabilité sociale et parce que les perspectives qui s'offrent à eux pour entreprendre ne sont pas très favorables, ils se lancent dans la voie d'entrepreneuriat par nécessité. De ce fait, le GEM un TEA¹ de par nécessité² de 38,7%. Berreziga et Meziane (2012, p 7) écrivaient aussi, qu'en opposé des pays développés, dans les pays en développement, les entrepreneurs se lancent habituellement en affaire par nécessité économique ou pour survivre. L'étude de Smadi consacré à l'entrepreneuriat féminin dans la

¹ Taux d'Activité Entrepreneuriale

² Cependant, à côté de l'entrepreneuriat par nécessité (38,7%), le GEM confirme la prédominance de l'entrepreneuriat par opportunité avec une part de 61% soit le ratio de transition TEA opportunité par rapport au TEA nécessité est de 1,58 en faveur de l'opportunité, cela veut dire que la part des entreprises créées est le fait d'entrepreneurs qui ont détecté des opportunités sur le marché (GEM, 2011, p 55, 56).

wilaya de Tizi Ouzou (2018, p8) confirme également la prédominance de l'entrepreneuriat par nécessité.

1.2.1.1.3. Les entrepreneurs migrants

Contrairement à ceux d'Alger, les entrepreneurs rencontrés en Kabylie, immigrés en France à leur jeune âge, ont acquis une longue expérience professionnelle soit en tant que commerçants soit en tant qu'ouvriers dans les usines françaises. À leur retour vers les années 1980 juste avant la période d'ouverture économique, avec les nouvelles lois sur le secteur privé considéré comme une opportunité à saisir et une occasion afin de créer leur entreprise tout en considérant leur pays comme ayant des perspectives favorables au développement. Comme c'est le cas aussi de jeunes ayant bénéficié des aides de leur père ou d'un membre de leur famille en France ou à l'étranger en général. Dans ce dernier cas, ce sont plutôt ceux qui sont partis très jeunes à l'étranger dans le but de poursuivre leurs études et à l'obtention du diplôme, ils sont restés pour exercer leur métier comme cadres fonctionnaires ou dans certains cas entrepreneurs. Cette génération de migrants encourage les membres de leur famille restés au pays pour créer leur propre entreprise en excluant la responsabilité du capital nécessaire du moment qu'il sera source d'un apport étranger de la part des migrants. « C'est le cas notamment d'un jeune algérien travaillant aux Etats-Unis dans le secteur de l'informatique et qui a apporté non seulement l'idée mais aussi l'argent indispensable à la création d'une entreprise en marbrerie que dirigent en Algérie depuis 1995 son jeune frère et sa sœur, tous deux dotés d'un niveau de qualification élevé » (Madoui, 2008, p 50).

1.2.1.1.4. Les entrepreneurs héritiers

Contrairement aux autres types d'entrepreneurs cités ci-dessus, les entrepreneurs héritiers se caractérisent par la présence dans leur famille d'une tradition commerciale et entrepreneuriale qui parfois remonte à des années voire même à plusieurs générations en arrière. A la tête de ces entreprises, il y a deux types de dirigeants qui se distinguent : le premier type d'entrepreneurs est ceux qui prennent la relève vers 40 ou 50 ans et qui ne souhaitent pas changer le fonctionnement encore moins les traditions de leur entreprise afin de poursuivre le métier de leur père et respecter le travail familial. Le second est représenté plutôt par de jeunes patrons (25-30 ans) (ils ont pris la relève soit par héritage ou reprise) et diffère du premier par leur volonté de changer dans la façon de gérer l'entreprise familiale (cette motivation au changement est sûrement due à leur niveau d'instruction élevé ; ils recrutent, par exemple, sur la base de compétence et ont comme souci la productivité et la rentabilité).

Certaines tensions peuvent être rencontrées le plus souvent dans ces entreprises familiales et qui peuvent se transformer en véritable problème du fait du père transmetteur qui se soucie de maintenir le fonctionnement traditionnel de l'entreprise et résistant au changement.

Certaines familles ayant comme tradition l'entrepreneuriat de génération en génération reconnaissent le fait d'entreprendre comme un moyen de reconquérir leur statut perdu : reconversion vers le salariat, faillite...etc.

Cependant, cette typologie fort intéressante établie sur la base d'une enquête de terrain menée dans deux régions du pays (Alger et la Kabylie) n'aborde pas la dimension genre de l'entrepreneuriat et n'indique pas de ce fait la représentativité des femmes dans les différentes catégories définies ainsi que leurs spécificités.

1.2.2. Définition de la femme entrepreneure et essai de typologie

1.2.2.1. Définition de la femme entrepreneure

Les études réalisées sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie restent globalement muettes sur la définition l'entrepreneur féminin algérien, c'est pourquoi nous avons tenté de définir ce concept en nous appuyant sur des études menées sur des contextes identiques à celui de l'Algérie et aussi sur nos enquêtes de terrain.

Au Maroc, une association des femmes chefs d'entreprises (AFEM) définit la femme entrepreneure ainsi : « Nous entendons par Femme chef d'entreprise, une femme occupant l'une des fonctions suivantes : Président directeur général, vice-président directeur général, président du conseil de surveillance, président ou membre de directoire, administrateur directeur général, directeur général, directeur général adjoint, gérante ou cogérante » (AFEM, 2010, p 9).

En ce qui concerne l'Algérie, nous avons proposé, sur la base de notre étude de terrain (Hitache, 2015), une définition d'un des profils de la femme entrepreneure algérienne. « Le femme entrepreneure algérienne représente cette femme propriétaire ou seulement gérante d'une microentreprise ou un établissement dans le domaine de l'artisanat, du commerce et des services, dans la majorité des cas créatrice/gérante à la fois et disposant d'un niveau d'instruction moyen, étant motivée sous un ordre décroissant par : la recherche de son autonomie financière, le fait de se faire connaître en tant que femme capable et responsable, l'envie de développer sa propre idée et enfin par le fait de répondre aux besoins de la famille ». Dans le cadre d'un travail antérieur (Hitache, 2015), nous avons pu établir une première typologie des femmes entrepreneures Algériennes que nous exposons ci-après.

1.2.2.2. Typologie de femmes entrepreneures Algériennes selon Hitache

La typologie proposée définit cinq catégories de femmes entrepreneures (Hitache, 2015, p110- 111).

1.2.2.2.1. Les femmes gérantes de grands établissements

Ce profil désigne toutes les femmes qui ont un caractère fort, qui sont seulement gérantes de grands établissements souvent étatiques (capital d'investissement de départ très important et/ou étatique) employant un effectif variant entre 50 et 250 salariés, ayant pour but une fonction administrative ou entrepreneuriale pour un gérant non propriétaire.

1.2.2.2.2. L'entrepreneure à forte personnalité

Dans ce type de profil, nous retrouvons les femmes ayant rencontré une déception au cours de leur vie comme les femmes veuves par exemple. Un moyen pour elles de créer leur propre

entreprise afin de se montrer capables et responsables (l'un des critères que nous avons cité dans les motivations). Ces femmes sont fortes, courageuses et ont un niveau d'instruction élevé. Elles investissent des capitaux assez importants et emploient le plus souvent un effectif désignant la petite entreprise sinon la très petite entreprise. Le secteur connu pour ce genre d'entrepreneuriat est le secteur des services.

1.2.2.2.3. L'entrepreneure pauvre

Ce troisième profil fait référence à celles qui sont pauvres, leur âge est variable, elles ont un niveau d'instruction trop faible. Pour créer leurs entreprises, elles investissent des capitaux trop réduits, ne recrutent aucun salarié et par conséquent un chiffre d'affaires aussi trop réduit et peuvent aller dans un certain cas jusqu'à travailler à perte. Ce type d'entrepreneures fait référence à celles qui se lancent dans un domaine qu'elles ne peuvent pas gérer correctement juste pour arriver à satisfaire le minimum des besoins de famille ressentis. C'est le cas des activités informelles. Comme exemple du domaine nous citerons : l'artisanat ou le commerce.

1.2.2.2.4. L'entrepreneure artisanne

Ce type de profil est très courant selon les statistiques obtenues et se définit de la façon suivante : les entrepreneures artisanes sont ces femmes qui ont un niveau d'instruction moyen suivi d'une formation professionnelle avec dans la plupart des cas un stage pratique, décident de gérer ou de créer une entreprise dans le secteur de l'artisanat, en investissant des capitaux de départ plus ou moins intéressants à l'aide ou sans de différents organismes existant dans la région, certaines d'entre elles sont très satisfaites d'autres seulement assez satisfaites.

1.2.2.2.5. L'entrepreneure bourgeoise

Le dernier type est celui qui décrit le profil de l'entrepreneure bourgeoise avec un certain nombre de caractéristiques spécifiques. Sont entrepreneures bourgeoises celles qui ont un niveau d'instruction équivalent aux études supérieures, qui sont issues d'une famille riche, aidées par leur famille et parfois avec l'aide d'une banque ou autre organisme, elles en profitent pour créer une entreprise. Les secteurs connus pour cette pratique sont celui de l'industrie et des services.

1.3. L'entrepreneuriat en Algérie : environnement global, réseaux et valeurs

1.3.1. L'environnement macro-économique demeure malgré tout peu favorable aux entrepreneurs

Malgré l'adoption de l'économie de marché par le pays et la rupture avec le modèle de l'économie planifiée et centralisée, les entrepreneurs Algériens se plaignent encore du manque d'informations (OCDE, 2014) et de la difficulté des petites entreprises d'obtenir des financements bancaires (OCDE, 2014) et de faire face aux charges sociales, ce qui les pousse à investir plus dans le secteur informel (Bellache, 2010; Gherbi 2014) plutôt que dans le secteur formel. Pour eux, la non-déclaration de la main-d'œuvre se justifie par plusieurs raisons (lenteurs administratives, un paiement trop important des charges qu'elles soient fiscales ou sociales). En effet, nous pouvons dire que le passage de l'économie

administrée vers l'économie de marché a même favorisé l'activité informelle. En plus de la lenteur des procédures, l'auteur retrouve d'autres qui citent l'incompétence des banquiers ou leur clientélisme. La crise de confiance dans l'administration incite certains entrepreneurs à recourir au financement familial par exemple ou encore à la vente et achat de produits sans facture. Autrement dit, leur propre système de fonctionnement et de règlements car ces entrepreneurs ont l'impression que l'administration privilégie les grandes firmes et les holdings.

1.3.2. L'entrepreneur, sa famille et les réseaux sociaux

Un des points communs à tous ces entrepreneurs est la prédominance du réseau familial et du réseau social. L'article 55 de la Constitution algérienne de 1989 stipule que « la famille est la cellule de base de la société. Elle bénéficie de la protection de l'Etat et de la société », (Abedou et al, 2004, p133) montrant ainsi l'importance du réseau familial qui est de nature à protéger l'entrepreneur et sa famille.

1.3.2.1. Importance du réseau familial dans l'aide à la création de l'entreprise

Lors de la création d'une entreprise, l'entrepreneur est souvent soutenu et aidé financièrement par sa famille et/ou ses amis en plus de son épargne personnelle (économies personnelles de l'entrepreneur). Et le plus souvent, nous pouvons même retrouver des associés comme étant des frères et/ou sœurs, membres de la famille ou des amis. « Dans la famille algérienne traditionnelle, le réseau de parenté était très vaste et se prolongeait sur plusieurs parentèles (primaire, secondaire, maternelle ou par alliance, lignage) » (Abedou et al, 2004, p133). Mais de plus en plus les gens limitent leur liens parentèles, et les liens maintenus de nos jours sont les trois premiers cités par Gillet (2004) : Le capital social ; les réseaux de connaissances familiaux, les réseaux professionnels et amicaux qui jouent un très grand rôle en ce qui concerne par exemple les aides familiales et aides financières.

1.3.2.2. Objectif de partage familial et social ou logique gestionnaire ?

La création d'entreprise est souvent vue comme un partage au sein d'une famille, au sein d'une communauté. L'aide demeure une action prioritaire pour un entrepreneur ancien mais reste prégnante en ce qui concerne les nouveaux entrepreneurs (notamment les jeunes entrepreneurs) d'où le recrutement familial et local en ce qui concerne les anciens sans tenir compte de la logique économique (ils peuvent recruter uniquement pour offrir une aide ; une personne proche ayant besoin d'un poste de travail pour se nourrir ou nourrir ses enfants). Cette aide est considérée comme une forme de devoir social.

Contrairement aux entrepreneurs récents qui développent une toute autre logique ; une logique consciente basée sur la qualification selon les compétences requises (la logique des ressources humaines). Alors que les anciennes entreprises se basent sur la confiance et le sens de partage, les nouvelles entreprises prennent plutôt en considération les compétences et les qualifications techniques. Les anciennes utilisent les réseaux sociaux par contre les nouvelles favorisent ce que nous appelons le Curriculum Vitae (CV).

1.3.2.3. Lieu de cohésion familiale

La famille souhaite toujours faire profiter sa descendance des expériences qu'elle a acquises et de ses apports économiques. Le fait de créer une entreprise n'est cependant pas un choix personnel mais dépend aussi de l'autorité paternelle accompagnée d'un fort souci de cohésion sociale. En effet, « par le biais de leur création d'entreprise, les pères souhaitent, surtout pour les plus anciens, garder la cohésion du groupe et une tradition familiale » (Gillet, 2004, p12). Déjà, une tradition souvent rencontrée en Algérie surtout dans les zones rurales étant le partage d'un même lieu d'habitation.

1.3.2.4. Lieu de reproduction des fonctionnements familiaux

Dans un premier sens, l'entreprise est une organisation avec un mode de gestion plutôt patriarcal, comme le souligne Bouyacoub cité par Gillet (2004) en affirmant que « les monographies d'anciennes petites entreprises soulignent le caractère patriarcal du mode gestion » (Abedou et al, 2004, p134). Si nous nous référons à l'enquête réalisée par (Gillet, 2002, 2003), nous constatons que la relation de travail dans l'entreprise est basée sur la confiance de la part du patron et de l'obéissance en ce qui concerne les travailleurs (ils se réfèrent même au patron pour la plus légère à la plus lourde prise de décision). Logique suivie dans ce cas est la logique familiale (logique domestique) et même solidaire puisque dans les cas extrêmes, ils s'entraident les uns les autres.

Dans l'autre sens, l'entreprise suit une logique économique. Ces entrepreneurs ont un profil professionnel et technique, plaçant des rapports purement économiques et techniques sur le terrain de l'entreprise (recrutement, promotion, formation, licenciement).

1.3.2.5. La logique de don

Nous reprenons un exemple cité par Gillet (2004), « les chefs d'entreprises, au-delà de la non-reconnaissance de l'utilité des syndicats à défendre les travailleurs, considèrent échanger une offre de travail contre le respect de la hiérarchie et la « paix sociale », sans plainte ni revendication de la part du salarié ». Il s'agit d'un accord implicite entre l'employeur et le salarié. Le contrat de travail correspond parfois à un contrat moral sans recours au support écrit (Abedou et al, 2004, p135).

1.3.2.6. Le sens du travail

Le travail représente une valeur ou encore une composante très importante dans la vie d'un individu, pour qu'il puisse vivre, se nourrir, se vêtir. Globalement, c'est une source de richesse et un moyen de lutte contre le chômage et la pauvreté.

Pour les anciens c'est aussi un moyen de développement de leur région qui leur permet de sentir une certaine fierté. Le travail est considéré comme une raison pas seulement d'être mais d'être utile. Pour les autres, c'est aussi le plaisir d'imaginer, de créer, de concrétiser leurs idées, de développer l'intelligence et d'innover.

1.3.2.7. Qualités essentielles de l'entrepreneur

De nombreuses qualités se rattachent à ces entrepreneurs. Ces qualités constituent un ensemble de valeurs personnelles et de qualités morales. D'après les entrepreneurs auprès desquels l'enquête a été réalisée par Gillet (2004) dans les années 2000, certaines qualités semblent être très nécessaires. Il y'a le courage de s'engager et d'entreprendre (ils disent qu'il

faut foncer, être courageux et avoir ce qu'on appelle le grain de folie). Il y'a ensuite la force de caractère et la persévérance, le sens de l'effort, l'honnêteté, le sérieux, le respect de la parole, la satisfaction des engagements, l'entretien des relations avec des partenaires, la patience, l'ambition et l'expérience. Cependant, ces qualités ne sont pas spécifiques aux entrepreneurs Algériens.

1.3.3. Les intentions professionnelles et entrepreneuriales chez les étudiants

En vue de faire naître l'intention professionnelle et entrepreneuriale chez les jeunes, l'État a créé des structures pour l'emploi de jeunes : l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM), la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et l'Agence Nationale de Gestion de Microcrédit (ANGEM).

Pour Ghiat (2015, pp35, 36), cette politique d'encouragement des jeunes en général, des jeunes diplômés des universités ainsi que le développement de la formation professionnelle en particulier qui a été initié, « beaucoup de facilitations ont été données, notamment le financement, l'accompagnement ainsi que les exonérations d'impôts pendant les premières années de démarrage. Malgré tout cela, les résultats sont en deçà des espérances des institutions chargées de l'opération. Parmi les causes de ces échecs, on trouve les défaillances des systèmes d'éducation et de formation, y compris l'enseignement supérieur, qui n'ont pas pu suivre les changements, les objectifs et les programmes de formation à travers le monde. L'université algérienne ne répond pas aux besoins du marché du travail et à la nécessité de préparer les étudiants à devenir de futurs entrepreneurs et créateurs d'emploi et de richesse. Cela nécessite des attitudes, des compétences entrepreneuriales, nécessaires à la création et gestion de leurs entreprises ce qui aide à former des intentions entrepreneuriales chez les étudiants » (Ghiat, 2015, p 36).

Nous soulignons que cela n'est pas dû à la compétence supérieure mais à la coordination entre le besoin ressenti en termes de postes d'emplois définis et la formation proposée ainsi que les spécialités développées parallèlement à l'évolution du marché de travail. Le même besoin en termes de coordination quand il s'agit du développement de l'entrepreneuriat féminin (DEF), BIT (2017, p70).

2. Etat des lieux de l'entrepreneuriat féminin

2.1. La place des femmes dans l'entrepreneuriat en Algérie

2.1.1. Femmes et développement selon l'approche genre

Il est évident que les femmes chefs d'entreprises jouent un rôle très important dans l'économie algérienne mais elles sont peu nombreuses par rapport aux entrepreneurs masculins. En effet, une approche par genre est pertinente afin de cerner la place de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, ses caractéristiques ainsi que les problèmes et contraintes auxquels sont confrontées les femmes en matière d'entrepreneuriat. C'est ce que nous essayerons d'explorer dans ce qui suit.

2.1.2. L'introduction de l'approche genre et le développement en Algérie

La question des inégalités socio-économiques liée au développement ou encore aux préoccupations liées au développement (santé, éducation,...) émerge dans les années 70-80. Ainsi, la question de la participation de la population défavorisée se pose alors. Ce n'est qu'au cours de ces dernières décennies que les besoins liés au développement par rapport aux femmes se font ressentir. L'idée de mise en place et de réalisation de projets spécifiques aux femmes est alors avancée. Le rôle de la femme est incontestablement indispensable et bénéfique à l'économie « L'application des programmes d'ajustement structurel correspond à un double objectif : croissance économique et intégration à l'économie mondiale des pays en développement, d'une part, et recherche d'une rationalisation des dépenses publiques par une réduction des programmes sociaux, d'autre part. C'est alors que s'est posée la question de la reconnaissance du rôle économique des femmes jusque-là invisible » (Boufenik, 2010, p 2-3).

L'approche genre et développement fut introduite au cours de la décennie 1990. Cette approche consiste notamment à prendre en considération globalement le caractère des rapports sociaux existant entre une femme et un homme. Des indicateurs sont ainsi introduits ; comme l'IDH (indicateur du développement humain) en 1990, IFP (indicateur de participation des femmes) en 1995 ainsi que d'autres indicateurs relatifs à la question des inégalités hommes et femmes en matière de développement, tels que « l'indicateur sexo-spécifique », ainsi que l'indicateur qui s'intéresse aux inégalités en rapport avec les opportunités économiques et politiques. Mais il s'agit de s'interroger sur le rôle joué par l'introduction de l'approche « genre et développement » et si elle ne répondait pas plutôt à la préoccupation des institutions internationales en matière de pérennité des projets de développement initiés comme un moyen et non pas comme une finalité et la participation de la population concernée reste indispensable pour l'aboutissement de ces projets (Boufenik, 2010).

Un état des lieux dégagé vers la décennie 2000 concernant des recherches réalisées par des organismes internationaux sur le thème général des femmes et développement confirme l'idée suggérée par Boufenik. Il s'agit de l'étude sur la violence à l'égard des femmes menée par le programme des nations unies pour le développement (PNUD), en collaboration avec l'association *SOS Femmes en détresse* et une autre association regroupant les microentreprises femmes.

Cependant, les études s'intéressant principalement au travail des femmes et le rapport au travail sont rares, du moins pour le cas spécifique de l'Algérie. Les rapports évoquant la place de la femme dans la société insistent sur son rôle social en tant que mère ainsi que sur ses droits civiques sans trop s'attarder sur son rôle économique. Le thème concernant le rapport femmes/développement reste cependant important dans la mesure où les programmes évoqués sont centrés sur la question des inégalités socio-économiques (Banque mondiale ; 2016, BIT, 2017 ; Ehlermann, 2015/2016 ; Hitache 2015 ; OCDE, 2014) dont celles relatives aux femmes, liés au développement. Cependant, ces programmes ont montré leurs limites du fait qu'ils se sont concentrés sur les aspects traditionnels : reproduction, éducation des enfants,

etc. en reléguant à l'arrière plans les questions essentielles relatives à l'emploi et à l'égalité hommes/femmes dans la sphère professionnelle.

2.1.3. Les femmes et l'entrepreneuriat en Algérie

A notre connaissance, les recherches sur l'entrepreneuriat féminin demeurent très rares. Les femmes créatrices de leurs propres entreprises s'identifient dans divers secteurs d'activité mais restent surtout confinées dans l'artisanat, le commerce et les services notamment les services à la personne (Hitache, 2015, p 105) et aussi dans les activités agricoles. Selon Gillet (2004, p4), les femmes en Algérie sont identifiables dans les secteurs du commerce, de l'artisanat et l'exploitation agricole.

Nous retrouvons des femmes créatrices d'activités notamment dans le secteur informel surtout celles qui ressentent le besoin principal de subvenir aux besoins de leur famille. Dans le secteur formel, leur nombre est moins important que celui des hommes surtout dans le secteur industriel.

Les motivations des femmes cherchant à travailler et devenir indépendantes se traduisent principalement par leurs besoins économiques. Gillet (2004) précise que ces femmes travaillent dans l'espoir d'accroître leurs possibilités de décider au sein de leurs familles ou encore au sein de leur vie conjugale, autrement dans l'espoir d'augmenter leur marge de liberté. Ces femmes sont ainsi poussées à réfléchir sur la logique à la fois traditionnelle et moderne.

Cependant, celles-ci rencontrent des obstacles spécifiques par le fait que « les inégalités entre les hommes et les femmes se manifestent essentiellement dans la répartition des rôles, des activités, des ressources et des responsabilités défavorisant les femmes et limitant leur accès à l'activité entrepreneuriale »¹. Une entrave au développement de l'activité entrepreneuriale féminine (Ehlerman, 2015/2016 ; Smadi, 2018).

Ghiat (2015, p 39), pour sa part, souligne le poids et l'influence de la religion sur l'intention entrepreneuriale féminine en précisant que « En Algérie, dans un environnement arabo-musulman, les facteurs socioculturels ont un grand impact sur le travail de la femme, et le choix de sa profession. Par conséquent, on trouve une distinction entre des occupations masculines et autres féminines. La société algérienne connaît des mutations socioculturelles importantes, liées au travail et l'émancipation de la femme, mais le changement des attitudes nécessite du temps».

2.1.4. Femmes et travail salarié

En Algérie, et « depuis l'indépendance et malgré leur analphabétisme généralisé, les femmes ont pris une certaine conscience de l'importance du travail, de la formation et de l'industrialisation. Chemin faisant, on assiste à l'émergence annonciatrice de la domination de l'emploi féminin dans certains secteurs tel que, la couture, le paramédical et l'enseignement

¹ Exemple des femmes représentant ainsi la proportion de la société la plus défavorisée tandis que les hommes bénéficient au moins d'une triple puissance en termes de pouvoir (Smadi, 2018, p 55).

(Smadi, 2018, p155). Ghiat (2015, p 24) «de son côté précise que les femmes algériennes, après l'indépendance sont entrées dans diverses activités professionnelles, et se sont chargées des responsabilités dans certains emplois dans les secteurs de l'éducation, l'enseignement supérieur et la formation professionnelle, la santé et le secrétariat dans des entreprises privées. Certains ont également pris d'assaut les professions industrielles, en particulier dans le domaine des industries de textile, couture et commerce de détail ». Une enquête réalisée en 2002 auprès des hommes entrepreneurs et dirigeants de PME/PMI visant à cerner la place des femmes sur le marché ainsi que les pratiques de ces entrepreneurs à l'égard des femmes. (Gillet, 2002), fournit quelques indications intéressantes sur le travail des femmes. Selon cette enquête, le taux de travail féminin s'établit à 10% à la fin des années 90 et début des années 2000. Ce taux était largement en dessous du travail masculin et l'est encore jusqu'à nos jours, assez faible. Cela s'explique par plusieurs facteurs, dont la proportion réelle des femmes cherchant à travailler et l'accès difficile à l'emploi pour les femmes en raison notamment des problèmes que ses femmes rencontrent au niveau de la société et du poids des tâches domestiques dont elles sont investies. Selon l'ONS¹ (2012), les femmes âgées de 12 ans et plus consacrent seulement 4 heures au travail contre 7 heures consacrées par les hommes. Ces différences peuvent être imputées à une plus grande dominance de l'emploi salarié chez les femmes et une plus grande concentration des activités féminines dans des professions traditionnellement plus aménagées en termes de nombre d'heures, tel que l'enseignement et les professions paramédicales (ONS, 2012). En moyenne 92.7 % des femmes et 39.7 % des hommes ont consacré une partie de leur temps durant les 24 heures précédant l'interview pour réaliser des activités ménagères telles que la cuisine, les travaux domestiques, les courses ou autres travaux apparentés. Cependant il faudrait relever que pour cette rubrique, le rôle des hommes se résume dans les courses contrairement aux femmes pour lesquelles c'est plutôt la cuisine et les autres travaux ménagers (ONS, 2012, p 24).

Au Maroc, les femmes consacrent cinq heures par jour aux tâches domestiques contre seulement 43 minutes pour les hommes. La même constatation a été faite en Algérie et en Tunisie, ce qui restreint le temps consacré par les femmes à l'activité entrepreneuriale (Ehlermann et al, 2015 et 2016, p4). En Algérie, selon les données de 2012 du ministère des Finances, les femmes consacrent en moyenne 20 heures aux tâches domestiques contre 3 heures pour les hommes. Ce fait se confirme dans la région MENA pour les pays voisins. En Tunisie, en 2000, les femmes consacraient huit fois plus de temps à faire le ménage et à s'occuper des enfants que les hommes (Ehlermann et al, 2015 et 2016, p4).

Un des obstacles soulignés par Ghiat (2015, p66) est au niveau socio-culturel, à savoir l'attitude envers le travail des femmes au cours d'une enquête réalisée auprès de 118 travailleurs (hommes) dans la région d'Oran. Sur ce, des différences d'appréciation ont été observées, soit 45,29% des hommes travailleurs enquêtés voient que les femmes sont autorisées à travailler sur conditions, 35,89% d'entre eux croient que les femmes peuvent

¹ Office Nationale des Statistiques

travailler car elles sont libres et enfin 10,25% des hommes sont contre le travail des femmes à l'extérieur de leurs foyers.

En observant ces statistiques, la discrimination se fait clairement ressentir. En résumé, 55,54% des hommes peuvent potentiellement priver leurs femmes du droit au travail. Ghiat déclare que les 10,25% représentent une petite part. Cependant, la part 45,29% est une forme de privation potentielle des femmes au travail. De plus, les 10,25% exercent leur influence sur les hommes indécis par rapport à cette question. Ce qui peut davantage amplifier la discrimination déjà existante. En plus, le droit au travail appartient à la base à la personne désirant ou pas exercer une activité. De plus, il souligne quelques caractères psychologiques comme faiblesses chez la femme en entrepreneuriat féminin, tel que la faiblesse physique. En plus, l'entrepreneuriat comme nous l'avons déjà défini est un domaine dans lequel, une personne doit rassembler ses compétences et expériences afin de réussir son acte entrepreneurial. Ce domaine est loin d'être considéré comme un domaine sportif.

Aussi, Ghiat insiste sur la mobilité réduite affectant les femmes. Pour laquelle, nous précisons encore le partage des rôles entre les deux sexes et les encouragements l'un à l'autre dans la réussite de leurs projets ou intentions professionnelles. Comme nous l'avons déjà présenté avant avec 10,25% des hommes qui sont contre le travail des femmes, leurs femmes sont ou seront tout simplement privées du travail sans leur demander leur avis, et même dans le cas où ces femmes l'expriment, il ne sera pas pour autant pris en considération.

2.1.5. Évolution de l'activité des femmes en Algérie

Sur une période 14 ans, et selon l'étude de l'évolution de l'emploi (voir le tableau ci-après), nous remarquons une progression de l'emploi féminin présente une progression marquante. En effet, l'emploi féminin est passé de 773 000 en 2011 à 1 669 000 en 2014 soit une population occupée féminine qui a plus que doublé. Cependant nous remarquons une chute de 151 000 emplois féminins et ce, en une seule année, soit entre 2013 et 2014. Un nombre très important à ne pas négliger.

En termes d'effectifs, l'emploi féminin formel a connu durant presque toute cette période une augmentation continue. Le cas contraire quand il s'agit de l'emploi féminin informel qui a enregistré des fluctuations d'une année à l'autre. Une instabilité est présente dans son évolution conjoncturelle.

Cependant, selon les données de l'ONS, nous remarquons une stagnation du taux d'évolution d'activité comparatif des deux sexes.

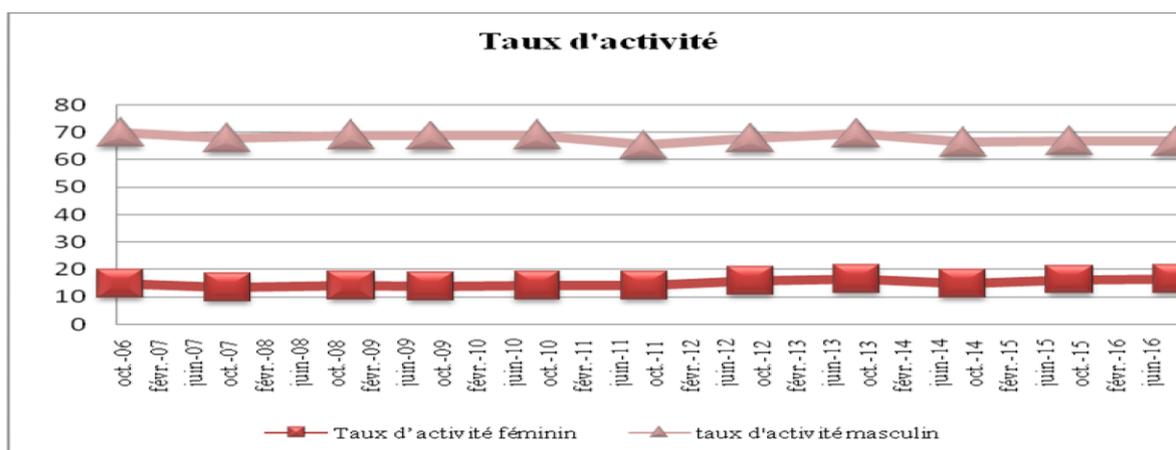
Tableau 4. Evolution de l'emploi féminin formel/informel entre 2001-2014 (en milliers)

Année	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Emploi féminin	773	830	1056	1096	1311	1288	1281	1335	1379	1515	1698	1820	1669
Emploi formel	504	573	612	723	731	851	809	850	793	1072	1252	1363	1265
%	65,2	69	57,9	65,9	55,7	66,1	63,1	63,7	57,5	70,8	73,7	74,9	75,8
Emploi informel	270	257	444	373	580	437	472	485	586	443	446	457	404
%	34,9	31,0	42,1	34,1	44,3	33,9	36,9	36,3	42,5	29,2	26,3	25,1	24,2

Source : ONS, 2014, cité par Smadi. (2018, p 160)

Conjoncturellement, nous abordons le point portant sur l'activité des femmes en Algérie. Entre 2006 et 2016¹ et selon les données de l'ONS, nous remarquons pratiquement une stagnation à la même proportion de l'évolution du taux d'activité des femmes. Le taux comparatif des deux sexes reste inchangé. Une attention particulière doit être portée à cette stagnation sur 10 ans, un fait réel expliquant la problématique de l'importance économique de l'activité féminine en Algérie. Cela traduit un manque d'attention de la part des institutions concernées par le développement de l'activité exercée par les femmes.

Figure 12. Evolution du taux d'activité des femmes de 2006 à 2016



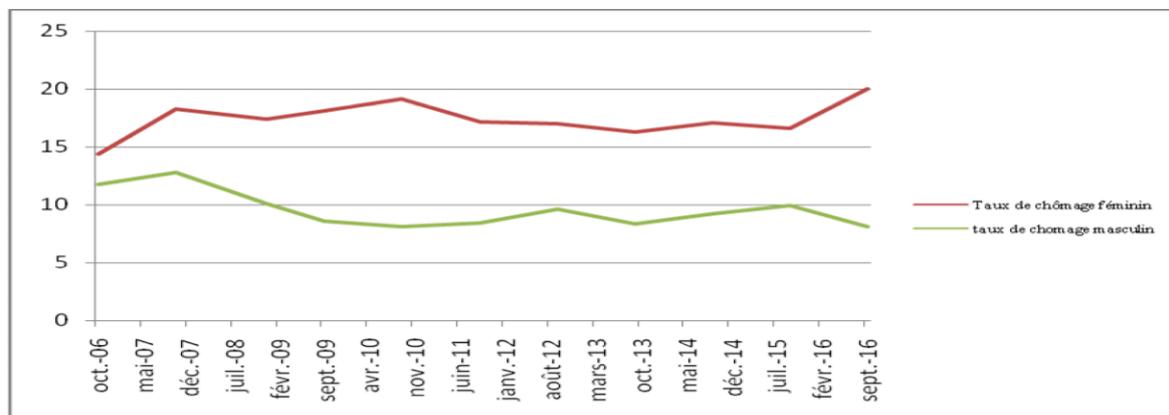
Source : Construit à partir des données de l'ONS (2016)

Parallèlement à cette stagnation, nous observons l'évolution du chômage comme le montre la

¹ Un taux d'activité masculin de 66,3% contre seulement 17,3% comme taux d'activité féminin pour un taux de chômage de 24,7% pour les jeunes (17 à 24 ans), 16,5% pour les femmes soit le double du taux de chômage touchant les hommes (8,2%), ONS, avril 2016 (ONS, avril 2016) et Gherbi (2014, p45).

figure qui suit.

Figure 13. Evolution du chômage féminin durant la période 2006-2016



Source : Construit à partir des données de l'ONS (2016) et Smadi (2018)

De ce fait, nous comprenons la stagnation de l'activité féminine exprimée précédemment car nous remarquons le taux de chômage féminin¹ qui a connu quelques variations légères, qui tend, par ailleurs à augmenter ces dernières années (2015 et 2016). Contrairement à celui des hommes qui connaît une baisse continue, un point positif pour le développement de leur activité économique en dépit de la position des femmes.

Selon Gherbi (2014, p45), « Malgré les progrès importants réalisés en matière d'éducation et de formation des femmes en Algérie, celles-ci enregistrent l'un des taux d'activité les plus faibles dans le monde (16,6 %) relativement à celui des hommes (69,5 %) selon l'ONS (2014). Cela a des conséquences négatives sur leur statut, leur intégration économique et sociale et sur la lutte contre la pauvreté ». Et selon les statistiques rapportées par le BIT en 2017 et l'ONS à l'issue du mois de septembre 2016, le chômage touchant les femmes a atteint 20% contre 8,1% pour les hommes, 12,57% est occupée par les femmes employées et indépendantes en septembre 2016² (BIT, 2017, p 31)

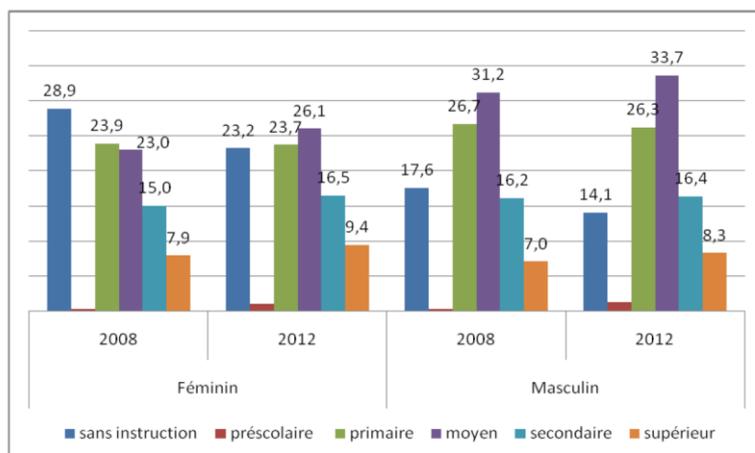
2.1.6. Le rapport à l'école et aux diplômes

Selon les statistiques de l'Office Nationale des Statistiques en Algérie (ONS, 2012, 2014), L'examen de la structure de la population âgée de cinq ans et plus selon le sexe fait ressortir que 23.2% de la population féminine n'a aucun niveau d'instruction, alors que cette part représente 14.1% chez les hommes (ONS, p12). Voir la figure qui suit :

¹ 14% en 1987, 38% en 1995 et 23,7% en 2001, Smadi, (année), p 156; 22% en 2007; 25,8% en 2008 (rapport ONS).

² Voir tableau 93, annexe 2.

Figure 14. Population âgée de 5 ans et plus selon le niveau d'instruction et le sexe (2008 et 2012) (en %)



Source : ONS, 2012/2014

Ghiat (2015, p38) a souligné l'absence de l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein de l'université algérienne. Ce qui justifie une de nos interrogations faisant partie du questionnaire construit pour la réalisation de notre enquête de terrain (Avez-vous bénéficié d'un module durant votre parcours scolaire qui vous aide actuellement à franchir le pas vers l'acte d'entreprendre ? Si oui, à quel niveau et quel module ?), tel que Grignon (1998, p20) le souligne, en mentionnant que le contact régulier avec la vie active est important dès le primaire ou le secondaire afin de développer l'esprit d'initiative et d'entrepreneuriat.

2.2. L'activité entrepreneuriale féminine : Évolution des statistiques de 2010 à 2017

2.2.1. L'entrepreneuriat en Algérie : PME et activités artisanales

2.2.1.1. Définition de la PME

L'ordonnance N°17-01 du 11 décembre 2017, portant sur la loi d'orientation sur la PME propose une définition officielle de la PME (tableau 5).

Tableau 5. Définition de la PME

Taille	Effectif employé	Chiffre d'affaires (DA)	Total du bilan (DA)
Microentreprise	1 à 9	< 40 millions	< 20 millions
Petite	10 à 49	< 400 millions	<200 millions
Moyenne	50 à 250	400 millions - 4 milliards	100 millions - 1 milliard

Source : Loi du 11/01/2017, JORA, 2017, p 3.

Cette définition s'inspire de celle adoptée par l'UE en 1996 et qui a fait l'objet d'une recommandation à l'ensemble des pays membres. Elle est notamment basée sur trois critères : l'effectif des employés, le chiffre d'affaires/le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise.

Ainsi, la PME est définie de la façon suivante : la PME, quel que soit son statut juridique, est une entreprise employant un effectif variant entre 1 et 250 personnes, avec un chiffre d'affaires qui n'excède pas les 2 milliards de Dinars algérien (DA) ou encore avec un bilan annuel qui n'excède pas les 500 millions de DA et qui respecte le critère de l'indépendance.

La loi suscitée distingue trois types d'entreprises :

❖ **La moyenne entreprise**

Toute entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre 400 millions et de 4 milliards de DA ou dont le total du bilan est entre 100 et 1 milliard de DA.

❖ **La petite entreprise**

Toute entreprise se caractérisant par un effectif allant de 10 à 49 personnes, un chiffre d'affaires annuel n'excédant pas les 400 millions de DA ou encore le total du bilan n'excédant pas les 200 millions de DA.

❖ **La TPE ou la micro- entreprise**

Est considérée comme telle, toute entreprise employant de 1 à 9 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 40 millions de DA ou dont le total du bilan n'excède pas les 20 millions de DA.

2.2.1.2. PME et artisanat en Algérie : évolution et caractéristiques

En 2017, la population globale des PME s'élève à 1 060 289 dont 1 060 025 PME privées (99,9%) et 261 PME publiques.

Tableau 6. Population du secteur de la PME et de l'artisanat en 2017

Nature des PME		Nombre des PME	%
		Année 2009	
PME privées	Personnes morales	595 810	56,19
	Personnes physiques	464 215	43,78
Dont activités artisanales		243 699	22,98
PME publiques		261	0,02
Total		1 060 289	100

Source : Construit à partir des données du Bulletin d'information statistique, 2017

La population des PME a connu une évolution remarquable dans le temps, comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau 7. Évolution de la population des PME 2004-2009/2009-2017

Nature des PME		Nombre des PME			Evolution en nombre (2004-2009)	Evolution en nombre (2009-2017)
		Année 2004	Année 2009	Année 2017		
PMEs privées	Personnes morales (Entreprises)	225 449	345 902	595 810	229 949	249 908
	Personnes physiques (Fonctions libérales)		109 496	464 215		354 719
PMEs publiques		788	591	264	-197	-327
Activités artisanales		86 732	169 080	243 699	82 348	74 619
Total		312 959	625 069		312 100	678 919

Source : Bulletin d'information statistique, 2017

Les entreprises privées forment la composante principale et majeure de la population du secteur des PME et de l'artisanat. Leur nombre en 2017 total s'élève à 678 919.

2.2.2. La place des entreprises féminines dans les PME algériennes

Les statistiques officielles présentées globalement par des ministères en charge du suivi et de la promotion des PME n'introduisent pas la dimension genre (homme/femme). Pour tenter de cerner la place des femmes en matière de création d'entreprises et d'entrepreneuriat, nous mobilisons les données de l'enquête AFCM, GEM menée en Algérie en 2011 ainsi que les données exposées par le BIT en 2017.

2.2.2.1. Le nombre d'entreprises féminines immatriculées et taux des (FCE¹) selon l'AFCM²

Selon Algériennes Managers et Entrepreneurs, les statistiques (chiffres de 2007) réalisées par la banque mondiale déclarent que le nombre des entreprises féminines (nombre de personnes morales immatriculées et dont au moins l'un des représentants est une femme) en Algérie est de 9 439 entreprises. Soit 3% du tissu économique.

¹ Femme Chef d'Entreprise

² Association des Femmes Chefs d'entreprises au Maroc

La présidente de l'Algériennes Managers et Entrepreneurs « AME », Mme Khedidja BELHADI mentionne qu'on ne peut pas obtenir de statistiques fiables, sur les femmes chefs d'entreprises, même si beaucoup de leurs noms figurent sur le papier ; ce n'est qu'un besoin sur papier par leur proche souvent de sexe masculin afin d'obtenir le registre de commerce.

En 2007¹, 1661 entreprises ont été déclarées gérées par les femmes, 2830 entreprises artisanales et enfin seulement 3 entreprises dans le secteur des bâtiments et travaux publics. En 2010², ces femmes étaient au taux de 25% de FCE exportatrices, les régions approchées sont l'Afrique francophone et anglophone. En effet, elles ont tissé des relations d'affaires avec les pays de l'UMA³, soit la Tunisie, le Maroc et la Mauritanie.

2.2.2.2. L'activité entrepreneuriale par genre selon l'enquête GEM⁴

Le GEM est une initiative de recherche menée dans plus de 75 pays à travers le monde, permettant de mesurer le rôle et le niveau du développement de l'entrepreneuriat. En partenariat avec le CREAD⁵, une enquête GEM a été lancée en 2011, cette enquête vise principalement trois objectifs traduits par le fait de mesurer les écarts entre les activités entrepreneuriales dans différentes régions et pays ; le de mettre en relief les facteurs qui déterminent le niveau des activités entrepreneuriales ; et enfin pour identifier des mesures politiques éventuelles susceptibles de renforcer les activités entrepreneuriales (Abedou *et al*, 2011).

2.2.2.2.1. Le taux d'activité entrepreneuriale par genre

Selon les données de l'enquête GEM 2011, le taux d'activité entrepreneuriale féminin étant de 5,7%, la moitié du taux masculin soit 12,3%. Un taux très faible malgré que les femmes aient enregistré une progression significative ces dernières années, précise le GEM.

Le rapport TEA masculin/féminin révèle un écart favorable aux hommes, deux fois supérieur à celui des femmes. Les TEA féminin les plus faibles sont enregistrés au niveau des régions de Bejaia, Bordj Bou Arreridj et Blida. Contrairement à la région d'Oran, d'Annaba et de Sidi Bel Abbes où l'écart se ressent le moins comparativement aux deux sexes.

¹ ANGEM, cité par (AFCM. « Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb », 2010, p. 11.

² FCE exportatrices par rapport à l'échantillon interviewé, une enquête réalisée par l'AFCM en 2010 (du 01/03/2010 au 01/05/2010), 12 FCE algériennes interviewées. (AFCM. « Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb », 2010, p. 35).

³ Union du Maghreb Arabe

⁴ Global Entrepreneurship Monitor

⁵ Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement

Tableau 8. Répartition du TEA selon le genre et les régions

Désignation	TEA -2011	TEA -2001 Male	TEA-2011 Femelle	Rapport Male/femelle dans les taux
Alger	11,10%	13,40%	7,50%	1,79
Blida	4,40%	6,70%	1,00%	6,87
Tizi Ouzou	11,30%	18,30%	3,80%	4,8
Bejaia	9,90%	18,40%	2,60%	6,98
Constantine	8,10%	10,40%	6,60%	1,57
Annaba	6,10%	6,80%	5,10%	1,34
Biskra	3,00%	4,30%	0,50%	
Ouargla	11,00%	13,80%	7,10%	1,93
Sétif	12,50%	15,80%	7,90%	2
Bordj Bou Arréridj	11,10%	21,20%	3,00%	6,98
Mascara	17,50%	24,20%	9,30%	2,59
Relizane	15,50%	18,90%	8,00%	2,36
Tlemcen	7,70%	9,00%	3,90%	2,3
Sidi Bel Abess	8,30%	9,10%	6,50%	1,39
Oran	3,20%	2,70%	4,70%	0,59
Ghardaia	20,30%	23,30%	15,40%	1,51
Total TEA	9,70%	12,30%	5,70%	2,18

Source : Abedou *et al*, 2011, p 67.

2.2.2.2. L'activité entrepreneuriale, selon les phases de développement de l'activité entrepreneuriale

Selon (Abedou *et al*, 2011, p68), « l'analyse du rapport hommes-femmes, selon les phases de développement de l'activité entrepreneuriale révèle un TEA des femmes dans la phase de démarrage de l'activité entrepreneuriale (entrepreneuriat émergent) très important ; cependant ce taux diminue dans les phases antérieures de développement de l'activité entrepreneuriale (phases de l'entrepreneuriat naissant (baby) et dans l'entrepreneuriat établi). Le TEA passe de 3,2 dans la phase de démarrage (entrepreneuriat émergent) à 1,3 dans la phase de l'entrepreneuriat établi. Ce constat, s'il confirme la tendance globale de l'entrepreneuriat en Algérie qui enregistre une discontinuité très importante dans le processus d'évolution, la situation sera plus importante au niveau de l'entrepreneuriat féminin où, uniquement, une seule femme sur trois arrive à maturité dans le processus de développement de l'activité entrepreneuriale ».

Nous remarquons que ce constat touche la plupart des régions. Un fait à prendre en considération par le corps institutionnel algérien afin de lancer davantage des services

d'accompagnement aux activités entrepreneuriales féminines en développement. Un fait exprimant le besoin clairement ressenti par ces femmes lancées en affaires.

Tableau 9. Répartition du TEA, selon les phases de développement

Désignation	Entreprise émergente (Male)	Entreprise émergente (Femelle)	Entreprise nouvelle (Male)	Entreprise nouvelle (Femelle)	Entreprise établie (Male)	Entreprise établie (Femelle)
Alger	6,70%	3,80%	6,90%	3,80%	7,50%	1,90%
Blida	2,90%	1,00%	3,90%	0,00%	2,90%	0,00%
Tizi Ouzou	11,10%	0,00%	7,90%	4,00%	7,10%	0,80%
Bejaia	14,30%	2,60%	4,10%	0,00%	8,20%	1,80%
Constantine	8,00%	4,50%	4,00%	2,20%	10,70%	0,70%
Annaba	0,00%	1,70%	6,80%	3,40%	15,90%	10,20%
Biskra	3,30%	0,00%	2,20%	0,00%	7,70%	0,00%
Ouargla	12,10%	7,10%	1,70%	0,00%	6,90%	4,80%
Sétif	10,50%	5,00%	5,30%	2,90%	8,40%	0,70%
Bordj Bou Arréridj	9,80%	1,50%	13,70%	1,50%	2,00%	0,00%
Mascara	8,80%	1,30%	15,40%	8,00%	5,50%	0,00%
Relizane	9,50%	4,10%	9,50%	4,10%	3,80%	0,00%
Tlemcen	5,60%	3,90%	3,50%	0,00%	0,70%	0,00%
Sidi Bel Abess	6,40%	4,30%	2,70%	2,20%	0,90%	0,00%
Oran	2,40%	3,30%	0,40%	1,60%	0,00%	0,00%
Ghardaia	18,60%	15,40%	4,70%	3,80%	0,00%	0,00%
Total TEA	7,20%	3,20%	5,40%	2,60%	5,50%	1,30%

Source : Abedou *et al*, 2011, p 68.

2.2.2.2.3. L'activité entrepreneuriale, selon les groupes d'âge des entrepreneurs

Nous remarquons dans le tableau qui suit que différentes tranches d'âge sont impliquées dans l'activité entrepreneuriale. Cependant, de par toutes les tranches d'âge et toutes les phases de développement de l'activité entrepreneuriale, la part des femmes restent minoritaire sur les deux plans.

Tableau 10. Répartition du TEA selon les groupes d'âge et les phases de développement

Désignation	Entreprise émergente (Male)	Entreprise émergente (Femelle)	Entreprise nouvelle (Male)	Entreprise nouvelle (Femelle)	Entreprise établie (Male)	Entreprise établie (Femelle)
18-24	5,50%	1,90%	3,60%	0,70%	3,00%	0,00%
25-34	11,80%	4,80%	8,70%	3,20%	4,30%	0,80%
35-44	6,90%	3,30%	5,80%	3,80%	7,90%	2,20%
45-54	4,60%	3,20%	4,10%	3,20%	7,80%	2,40%
55-64	3,10%	1,70%	1,00%	0,00%	3,10%	0,90%
Total TEA	7,20%	3,20%	5,40%	2,60%	5,40%	1,30%

Source : Abedou *et al*, 2011, p 69

2.2.2.3. L'activité entrepreneuriale par genre selon le BIT¹

Selon les données collectées et présentées par le BIT, nous retrouvons la répartition des entrepreneurs/indépendants par statut et par sexe, soit un nombre de 3 359 939 entrepreneurs déclaré en 2017 pour une proportion féminine très faible de seulement de 10,1% à côté de celle des hommes (89,9%). L'écart entre les deux sexes se ressent à chaque fois tout au long de toutes les statistiques exposées jusqu'ici.

Tableau 11. Répartition des entrepreneurs/indépendants par statut et sexe

Désignation	Hommes	%	Femmes	%	Total	%
Personnes physiques	1 609 114	47,9	134 239	4	1 743 353	51,9
Personnes morales	167 515	5	10 646	0,3	178 161	5,3
Artisans	238 978*	7,1	138 349	4,1	377.727*	11,2
Agriculteurs	1.005.021	29,9	55.677	1,7	1.060.698	31,6
Total	3 020 628	89,9	338 911	10,1	3 359 939	100

Source : Auteurs selon les statistiques fournis par les différentes institutions (2017) *Estimations faites à partir des données fournies sur les femmes, BIT, 2017, p11.

¹ « L'Algérie est le 21ème pays à effectuer une évaluation nationale de l'environnement des affaires pour les femmes en utilisant une méthodologie que l'OIT a mise au point et qui a fait ces preuves. La question primordiale abordée est : quel est l'environnement actuel en Algérie et est-ce que cet environnement facilite et encourage la création, la consolidation et le développement des entreprises appartenant aux femmes ?

Les résultats de cette étude constituent une base importante et pratique pour la définition d'orientations nationales pour faire prospérer l'entrepreneuriat féminin en Algérie dans tous les secteurs économiques sur des bases participatives et plus équitables. Ils contribueront ainsi à alimenter une réflexion plus large dans le cadre de la stratégie nationale de l'Algérie sur le développement de l'entrepreneuriat en général et de l'entrepreneuriat féminin en particulier, surtout un modèle d'entrepreneuriat féminin ayant un impact positif sur l'économie algérienne et la création d'emplois décents » (BIT, 2017, p 05).

S'agissant de la répartition par statut et distribution géographique touchant aux sexes, nous retrouvons une préférence féminine pour les personnes physiques ainsi qu'une concentration au nord du pays.

Tableau 12. Répartition des entreprises par statut, sexe et distribution géographique

Désignation	P. Physique				P. morales			
	Hommes	Femmes	Total	% femmes	Hommes	Femmes	Total	% femmes
NORD	1 076 124	91 309	1 167 433	7,8	125 922	9 043	134 965	6,7
HAUTS PLATEAUX	385 664	27 404	413 068	6,6	28 706	1 082	29 788	3,6
SUD	147 326	15 526	162 852	9,5	12 887	521	13 408	3,9
TOTAL	1 609 114	134 239	1 743 353	7,7	167 515	10 646	178 161	6

Source : Statistiques du CNRC, CNAM et CNA (mai 2017), BIT, 2017, p34.

La faiblesse du taux entrepreneurial féminin se fait ressentir à chaque fois, comme c'est le cas du secteur de l'agriculture. Cependant, concernant le secteur de l'artisanat, nous ne pouvons effectuer une comparaison car les données exprimées par genre rassemblant tous les artisans sont incomplètes.

Tableau 15. Répartition des entreprises par activité, sexe et distribution géographique

Désignation	Agriculture				Artisans	
	Hommes	Femmes	total	% femmes	Hommes	Femmes
NORD	490 028	21 736	511 764	4,2	ND	66 756
HAUTS PLATEAUX	320 458	12 177	332 635	3,7	ND	43 214
SUD	194 535	21 764	216 299	10,1	ND	28 379
TOTAL	1 005 021	55 677	1 060 698	5,2	ND	138 349

Source : Statistiques du CNRC, CNAM et CNA (mai 2017), BIT, 2017, p34.

À travers ses statistiques exposées par secteur d'activités, nous remarquons une concentration féminine dans le secteur des services (49,46%) suivi du secteur. Même si ce taux de concentration est important, cependant, il devient faible comparativement à la part des hommes soit 8,71% des femmes contre 91,28% pour celle des hommes.

Tableau 16. Répartition des entreprises enregistrées auprès du CNRC¹ par secteur, statut et sexe

Désignation	PROD. BIENS	ETS. PROD ARTI	DIST. GROS	IMPORT	DIST. DETAIL	SERVICES	EXPORT	TOTAL	
	H	236 752	4 434	62 338	N/A	742 014	663 971	393	1 709 902
P. Physiques	F	13 322	362	4 807	N/A	70 835	53 981	10	143 227
	%	9,30%	0,25%	3,36%		49,46%	37,62%	0,01%	100%
	H	60 164	1582	20 078	40 041	14 153	64 762	1 346	202 126
P. Morales	F	3 238	142	1 295	2 166	860	5 094	80	12 875
	%	25,10%	1,10%	10,10%	16,80%	6,70%	39,60%	0,60%	100%

Source : Statistiques du CNRC, CNAM et CNA (mai 2017), BIT, 2017, p34.

3. Le rôle des institutions dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : vers l'approche genre ?

3.1. Les dispositifs publics d'appui à la création d'entreprises

3.1.1. Apport de l'ANDI² à l'entrepreneuriat féminin : regard sur les projets (ANDI) d'investissement déclarés par secteur d'activité

Sur ce point d'information, nous remarquons une grande importance attribuée au secteur de l'industrie et transport, ainsi une marginalisation du tourisme, de l'agriculture et la santé.

Nous remarquons surtout la régression dans l'évolution des projets d'investissement en ce qui concerne le secteur des services et de l'agriculture avec respectivement un rapport d'évolution négative soit (-40,28%) et (-22,31%) (ANDI, Bulletin d'information statistique, 2017), deux secteurs particulièrement choisis par les femmes entrepreneures dans leur création d'entreprises. L'investissement dans le secteur des services a pratiquement été divisé en deux, le premier secteur choisi par les femmes entrepreneures, une régression de 40,28%, une politique contraignant d'une manière directe le développement de l'entrepreneuriat féminin.

3.1.2. Bilan d'activités des Centres de Facilitation

Comme le niveau d'instruction de nombreuses des femmes entrepreneures en Algérie est secondaire et à voir le peu de business plan élaborés, nous pouvons dire que les activités de facilité adoptée tendent à s'approcher de la nullité. Un véritable inconvénient quand il s'agit de la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie et plus particulièrement de l'entrepreneuriat féminin désignant surtout les femmes ayant présenté le besoin en formation et d'expériences qu'elles aient déjà reçu une formation dans le domaine de l'entrepreneuriat ou pas (résultats

¹ Centre National du Registre de Commerce

² Agence Nationale de Développement de l'Investissement

de l'enquête réalisée auprès d'une centaine de femmes entrepreneurs en Algérie, HITACHE L, 2011). Voir Tableau 94 au niveau de l'annexe 2.

3.1.3. Dispositifs sociaux d'appui à la PME

3.1.3.1. Les projets financés par secteur et par genre selon le dispositif ANSEJ

Ce tableau nous présente les projets financés par secteur d'activités :

3.1.3.1.1. Les projets (ANSEJ) financés par secteur d'activité

Tableau 17. Projets financés par secteur d'activité

Secteur d'activité	Nombre de Projets	Nombre d'emplois	Montant de l'Investissement 10 ³ DA
Agriculture	54 147	127 790	196 532 709 934
Artisanat	42 674	125 624	109 683 353 938
BTPH	32 543	95 027	123 036 021 939
Hydraulique	544	2 020	3 190 805 711
Industrie	24 892	72 250	113 135 051 265
Maintenance	9391	21 729	24 199 866 329
Pêche	1 131	5 549	7 499 507 851
Profession libérale	9 699	21 842	23 292 618 220
Service	106 288	247 122	33 760 568 849
Transport frigorifique	13 385	24 132	145 557 153 559
Transport de marchandise	56 530	96 237	46 632 116 239
Transport de voyageurs	18 986	43 681	
Total*	370 210	883 003	1 167 646 867 035

* depuis la création de l'ANSEJ

Source : (Bulletin d'information statistique, 2017, P29).

Le secteur des services enregistre 106 288 projets, soit 28,7 % du total des projets (370 210 projets), et avec des emplois représentent 247 122 employés ; suivi par le secteur de

transport de marchandises à la place du secteur de l'artisanat en 2009, qui se retrouve actuellement en 4^{ème} position.

Sous une approche genre, nous retrouvons deux points, la promotion du secteur des services comme point positif à la promotion de l'entrepreneuriat féminin et le secteur de l'artisanat se retrouvant en quatrième position comparativement à 2009 où il était en deuxième position, constituant ainsi un frein au développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

3.1.3.1.2. Projets financés par secteur d'activité et par genre selon le dispositif ANSEJ

Tableau 18. Les projets (ANSEJ) financés par secteur d'activité et par genre

Secteur d'activité	Projets financés	Hommes	Femmes	Taux de féminité (%)
Agriculture	54 147	51 622	2 525	5%
Artisanat	42 674	35 362	7 312	17%
BTPH	32 543	31 826	717	2%
Hydraulique	544	520	24	4%
Industrie	24 892	21 352	3 540	14%
Maintenance	9 391	9 231	160	2%
Pêche	1 131	1 115	16	1%
Profession libérale	9 699	5 362	4 337	45%
Service	106 288	88 920	17 368	16%
Transport frigorifique	13 385	12 996	389	3%
Transport de marchandises	56 530	55 821	709	1%
Transport de voyageurs	18 986	18 505	481	3%
Total	370 210	332 632	37 578	10%

Source : ANSEJ, Bulletin de l'information statistique, 2017. P 30.

Le taux de féminité sur la part de tous les projets financés est de 10%, seulement 10% des femmes potentiellement entrepreneures ont pu avoir l'opportunité que leur projets soit

financés malgré le besoin financier ressenti par la majorité des femmes si ce n'est la totalité selon une enquête réalisée (Hitache, 2015).

Les femmes entrepreneures restent fidèles à leur choix de secteurs préféré, la profession libérale en premier, l'artisanat, les services, l'industrie et bien d'autres avec des parts minimales. Bien que ces femmes soient connues dans le choix de ces services, le nombre d'hommes ayant eu l'opportunité que leur projet soit financé les dépasse largement.

Des statistiques justifiant la position de la femme au sein de la société algérienne avec son rôle traduit par l'occupation du foyer ou toute autre activité en tant qu'employé générant moins de responsabilité.

3.1.3.2. Le bilan des projets (CNAC¹) financés et principaux agrégats

3.1.3.2.1. Le bilan des projets (CNAC) financés

Ci-après, le nombre de projets financés globalement, la part des femmes, ainsi que l'impact observé sur l'emploi :

Tableau 19. Bilan du dispositif (CNAC) au 1^{er} semestre 2017

Secteurs d'activités	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi
Agriculture	707	10,04%	1 698
Artisanat	339	25,07%	871
BTPH	84	4,76%	234
Hydraulique	4	0%	8
Industrie	196	23,47%	555
Maintenance	12	8,33%	35
Pêche	15	0%	45
Profession libérale	53	60,38%	111
Service	268	19,78%	659
Transport de marchandises	2	0%	2
Transport de voyageurs	1	0%	3
Total	1 681	17,37%	4 221

Source : CNAC, Bulletin d'information statistique, 2017, P30.

¹ Caisse Nationale d'Assurance Chômage

3.1.3.2.2. L'apport de CNAC : Investissement et projets financés

Du côté de l'organisme CNAC, nous retrouvons 1681 projets financés (CNAC, bulletin d'information statistique, 2017, p 30), pour un bilan cumulé de 140 397 projets financés globalement à l'issue du 30 juin 2017. Cependant, nous ne retrouvons aucune donnée exposée par genre, un handicap dans une optique comparative des deux sexes dans notre étude.

3.1.3.3. L'apport du dispositif ANGEM

Nous relevons la même remarque dans les chiffres de l'ANGEM, les statistiques par genre ont été exposées en 2009 dans le bulletin statistique N16. Cependant, ses statistiques demeurent absentes dans le bulletin d'information statistique N31 construit et exposé en 2017. Ce qui nous empêche d'effectuer une observation comparative de l'évolution ressentie conjoncturellement.

Tableau 20. Répartition des crédits accordés par genre

Désignation	Prêts accordés (2009)	Taux % (2009)	Prêts accordés (2014)	Taux % (2014)
Femmes	84 876	58%	420 971	61,92%
Hommes	60 738	42%	258 881	38,08%
Total	145 614	100%	679 852	100%

Source : Bulletin d'information statistique N°16 et N° 26 du ministère de la PME et de l'artisanat, 2009, p 36 et 2014, P45.

De ce que nous avons constaté en 2009, l'ANGEM a pris pour sa spécialité le facteur féminin du moment que c'est avec un pourcentage plus élevé que les femmes sont représentées par rapport aux hommes (58% pour les femmes, 42% pour les hommes). Comparant à 2014, nous remarquons une augmentation des crédits octroyés aux femmes. Cependant, même si le pourcentage paraît en progression, le pourcentage d'évolution entre les deux sexes est pratiquement le même soit 4,96% pour les femmes contre 4,26% pour les hommes.

La majorité des femmes ont pour spécialité la coiffure, la couture ou encore la cuisine. Comme nous l'avons déjà souligné, en 2017, nous n'avons pas de données par genre selon le dispositif ANGEM afin de pouvoir effectuer une comparaison à savoir quelles sont les demandes de crédits ayant été touchées, celles effectuées par les hommes ou les femmes ou les deux, car ce fait, peut sûrement entraver le développement des entreprises féminines naissantes.

3.2. Les programmes d'éducation et de formation d'appui à la PME

Selon les dernières statistiques de l'ONS observées jusqu'à 2010, nous spécifions celles liées aux formations offertes et aux institutions éducatives globalement. Il y'a dans la formation professionnelle, un effectif de 261 117 en formation résidentielle, 254 416 en

formation par apprentissage, 25 112 quand il s'agit de formations en cours du soir et 41 065 en formation à distance. Les stagiaires sont encadrés par 13 320 de formateurs. Des infrastructures ont été mises en œuvre pour le bon déroulement des formations offertes, soit 233 717 CFPA (222 580 annexes), 16 INSFP (46 125 annexes) ainsi 6 IFP¹ (249 annexes).

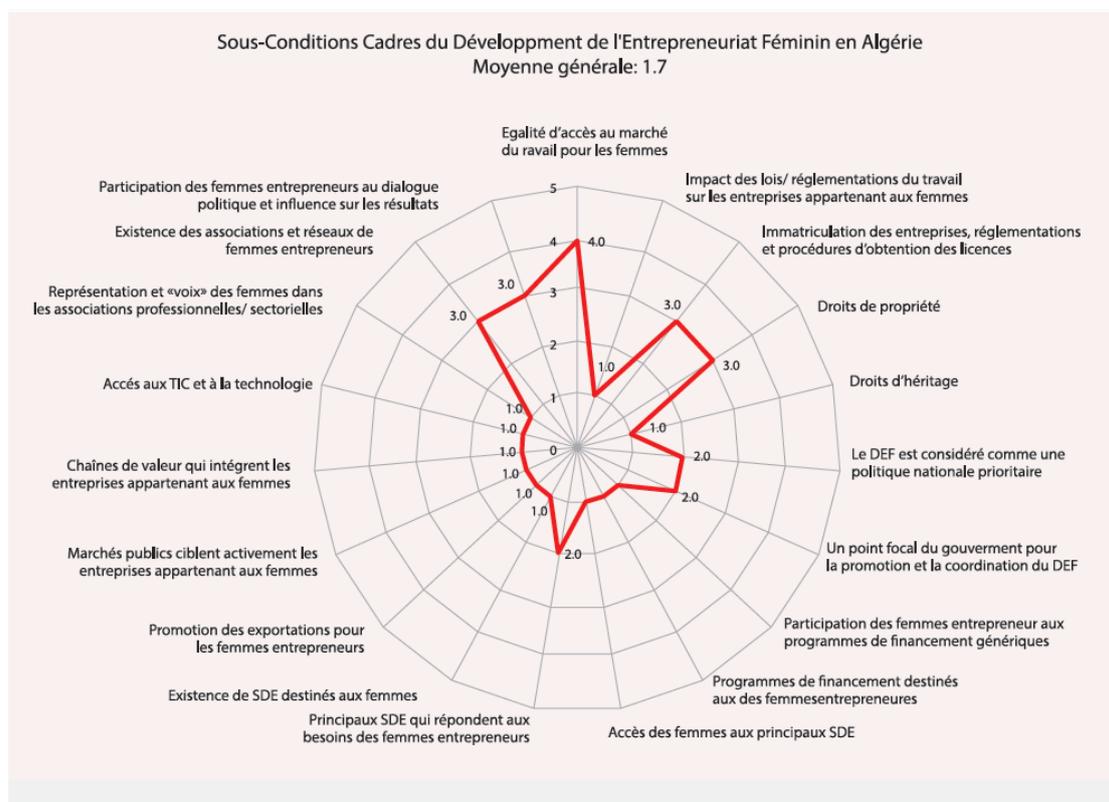
Au niveau de l'enseignement primaire et moyen, respectivement, 143 037 enseignants recrutés dont 74 446 sont des enseignantes et 138 559 enseignants dont 81 495 sont des enseignantes. Au niveau secondaire, 69 549 enseignants dont 36 528 sont des enseignantes. Au niveau supérieur, nous retrouvons 39 782 enseignants.

Quand nous observons ces chiffres, certes, l'investissement est présent mais nous ne retrouvons aucune politique présentée d'initiation et développement de la formation en entrepreneuriat. Soit le nombre ou spécialités développées et/ou les modules qui les composent.

3.3. La sous-condition féminine et développement de l'entrepreneuriat féminin (DEF) en Algérie

3.3.1. Les sous-conditions entravant le DEF en Algérie

Figure 15. Les 19 sous conditions-cadres du DEF en Algérie



Source : BIT, 2017, p68

¹ Institut de Formation Professionnelle

À travers cette figure exposée par le BIT (2017), nous observons d'une façon exhaustive, les inégalités entre les deux sexes (hommes et femmes). La note la plus élevée que nous retrouvons est celle liée à l'égalité d'accès au marché du travail pour les femmes (4/5), suivi de (3/5) en ce qui concerne la participation des femmes entrepreneures au dialogue politique, l'existence des associations et réseaux de femmes entrepreneures, l'immatriculation des entreprises, les réglementations ainsi les procédures liées à l'obtention des licences et enfin le droit à la propriété. Une note plus au moins moyenne pouvant moyennement favoriser le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Cependant, nous retrouvons dans ce cas, que le fait que le DEF soit considéré comme une politique nationale prioritaire est seulement au niveau de (2/5), une note très faible décourageant le DEF en Algérie. Autrement-dit, c'est une politique pratiquement n'interpellant pas d'importance en Algérie. Le même cas est exposé de l'effort fournis de la part du gouvernement dans la promotion et la coordination du DEF. Et même la participation des différents services d'appui au développement des entreprises, elle est très faible avec la même note attribuée soit 2/5.

Cependant et malgré ces parts déjà faibles, nous retrouvons des parts encore plus faibles défavorisant le DEF en Algérie. Soit une note de 1/5, touche : La représentation et « voix » des femmes dans les associations professionnelles/sectorielles, l'accès aux TIC (Technologie de l'Information et de la Communication) et à la technologie, les chaînes de valeurs qui intègrent les entreprises appartenant aux femmes, les marchés publics qui ciblent activement les entreprises appartenant aux femmes, la promotion des exportations pour les femmes entrepreneures, l'existence des SDE¹ destinés aux femmes, l'accès des femmes aux principaux SDE, les programmes de financement destinés aux femmes entrepreneures, la participation des femmes entrepreneures aux programmes de financement génériques ainsi que le droit à l'héritage. Ce dernier point précisant que la femme n'a même pas le droit que son frère au sein de leur famille.

La discrimination socio-culturelle, politique, financière, économique et décisionnelle est résumée par l'ensemble de ces points affichés.

3.3.1.1. Système juridique et réglementaire sensible à la dimension genre qui contribue à l'autonomisation économique des femmes²

Au niveau du système juridique et réglementaire sensible à la dimension genre qui contribue à l'autonomisation économique des femmes, nous retrouvons la moyenne soit une note de (2,5/5) en ce qui concerne les lois et réglementations du travail touchant à l'égalité d'accès au marché du travail pour les femmes ainsi qu'aux lois et réglementations du travail avec l'impact sur les entreprises appartenant aux femmes.

¹ Services d'appui au Développement des Entreprises

² Voir tableau 95 portant sur Les indicateurs et résultats pour la condition-cadre 1 du DEF en annexe 2.

En ce qui concerne l'immatriculation des entreprises, réglementations et procédures d'obtention des licences, une note de 3/5 est attribuée.

Pour résumer, une note totale de 2,5/5 est obtenue sur le plan juridique et réglementaire en Algérie envers les femmes. Autrement-dit, les femmes jouissent de seulement la moitié de leurs droits.

3.3.1.2. Leadership politique en vigueur et coordination pour la promotion¹ du DEF

Sur ce plan, les femmes sont considérées à seulement 2 sur 5, au niveau de la priorisation nationale, de la promotion, de la coordination et des actions de soutien liées au domaine d'entrepreneuriat dans lequel elles activent.

3.3.1.3. Accès aux SDE généraux et financiers sensibles à la dimension genre²

Des disparités très larges sont exprimées quand il s'agit des SDE. Les femmes ont accès aux principaux SDE sur un plan de 1/5. Les principaux SDE existants et répondants aux besoins des femmes entrepreneures obtiennent une note de 2/5. La note que l'Algérie obtient dans l'existence de SDE destinés aux femmes est de 1/5, soit une note s'approchant de 0.

De plus, les services financiers sensibles à la dimension genre définis par deux indicateurs, la participation des femmes entrepreneures aux programmes de financement génériques ainsi que la situation des programmes de financement spécifiquement destinés aux entreprises appartenant aux femmes sont seulement 1/5, une considération très limitée des services.

3.3.1.4. Accès aux marchés et à la technologie Note 3/5³

Nous retrouvons la même note dans les résultats traduits par les différents indicateurs pris en considération en relation à l'accès aux marchés et à la technologie, soit une note de 1/5 en ce qui concerne : La promotion des exportations des femmes entrepreneures, les programmes gouvernementaux de marchés publics qui ciblent activement les entreprises appartenant, les chaînes de valeur qui intègrent les entreprises appartenant aux femmes et la même note concernant l'accès des femmes entrepreneures aux TIC et à la technologie.

3.3.1.5. La représentation des femmes entrepreneures et leur participation au dialogue politique et décisionnel⁴

L'une des meilleures notes obtenues en faveur des femmes mais restent tout de même limité car la disparité existe même avec cette note.

Seulement l'existence d'associations, de réseaux de FCE ainsi que le point exposant la participation des femmes entrepreneures au dialogue politique entre le secteur public et privé, en plus de leur influence sur les résultats obtiennent une note de 3/5.

¹ Voir Indicateurs et résultats pour la condition-cadre 2 du DEF au niveau du tableau 96, annexe 2.

² Voir Indicateurs et résultats pour la condition-cadre 4 et 3 du DEF au niveau du tableau 97, annexe 2.

³ Voir Indicateurs et résultats pour la condition-cadre 5 du DEF au niveau du tableau 98, annexe 2

⁴ Voir tableau 99, annexe 2.

Cependant, malgré l'importance modérée attribuée à ces points soulevés, la représentation et la voix des femmes dans les associations professionnelles/ sectorielles restent très limitée (avec seulement une note de 1/5).

Conclusion au chapitre

Nous retenons de ce chapitre que l'Algérie, après son indépendance, se caractérise par deux grandes périodes en matière d'itinéraire économique. Celle de 1962-1988 qui est une phase de développement étatique planifiée, et qui a vu la mise en place d'un modèle de développement national autonome et autocentré, et celle de transition vers l'économie de marché. La prise de conscience du rôle de l'entrepreneur et de la PME durant la dernière phase a libéré l'initiative privée. Dans cette perspective, il nous a semblé pertinent de faire un survol des nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie.

Ayant relevé la faiblesse de l'entrepreneuriat féminin de façon générale, nous avons ainsi centré notre analyse sur le domaine de l'entrepreneuriat féminin. En effet, les recherches algériennes dans ce domaine restent très limitées et les formes d'aide au développement et à l'encouragement de la création des entreprises féminines restent peu développées.

Les programmes de soutien à l'éducation et d'appui à l'entrepreneuriat sont existants. Cependant des statistiques comparatives liées à ces mesures de soutien selon l'âge, le sexe et les étapes liées à la création et le développement des entreprises nées à partir de ces programmes de soutien restent imprécises et lacunaires. Cela contraint fortement la recherche dans ce domaine et peut même conduire à des décisions inadaptées dans le domaine des politiques publiques et de la prise de décision de façon générale.

L'entrepreneuriat féminin doit être étudié comme une composante à part entière faisant partie des programmes de soutien à la PME. Celui-ci se distingue par le fait que la position du sexe féminin et son pouvoir lié à la prise de décision est différente du sexe masculin au niveau de la société. De grandes inégalités s'affichent (BIT, 2017) quand il s'agit des femmes entrepreneures, mais encore, quand il s'agit de l'accès au financement. Des femmes témoignent de l'existence de discrimination à leur égard (Hitache, 2011 et 2012) de la part des institutions durant leur procédure de création d'entreprises.

Comme le souligne (Ehlermann et al, 2015 et 2016, P4) en spécifiant que la réforme des législations pourrait constituer un défi. Les gouvernements devraient élaborer des politiques visant à faciliter l'accès des femmes entrepreneurs au financement, telles que des programmes d'entrepreneuriat spécifiques et adaptés avec des services personnalisés et des produits financiers sur mesure (Ehlermann *et al* 2015/2016, BIT, 2017). Ils devraient aussi travailler sur l'amélioration du fonctionnement et de la qualité des enregistrements de biens mobiliers, afin qu'ils puissent être reconnus comme garantie dans le dossier de demande de prêt. Bien qu'elles aient le droit de travailler, l'autonomie de décision des femmes est restreinte en ce qui concerne l'emploi et l'entreprise individuelle.

Dans le cœur de cette pratique, nous passons au troisième chapitre exposant ainsi notre méthodologie d'enquête et le contexte d'étude qui nous a permis d'analyser un échantillon de 500 femmes en fin de cycle de formation dans des spécialités susceptibles de déclencher l'acte entrepreneurial chez ces femmes.



Chapitre 3 :

Méthodologie de l'enquête et contexte de l'étude

Chapitre 3 : Méthodologie de l'enquête et contexte de l'étude

Notre travail est fondé essentiellement sur l'enquête de terrain que nous avons menée dans la région de Bejaia en 2014/2015 auprès d'un échantillon d'étudiantes en fin de cycle de l'université et de stagiaires des centres de formation de la région de Bejaia, potentiellement entrepreneures, c'est pourquoi il est nécessaire de présenter brièvement le contexte de l'étude en termes d'activités et d'emploi mais aussi, la place des femmes dans l'entrepreneuriat local et enfin la méthodologie de l'enquête.

Ce chapitre est ainsi organisé en trois sections. Dans la première section, nous présentons brièvement le contexte de l'étude empirique, la wilaya de Bejaia, notamment les volets relatifs à la population et à l'emploi ainsi que la situation du secteur de l'éducation et de la formation, étant donné que ce secteur constitue la base d'où nous avons extrait notre échantillon d'enquête (étudiantes en fin de cycle et stagiaires des centres de formation et d'apprentissage). La deuxième section présente le tissu de la PME et de l'artisanat dans la wilaya et la place des femmes dans ces derniers. Dans la troisième et dernière section, nous présentons la méthodologie de l'enquête utilisée pour collecter des informations sur les jeunes femmes entrepreneures ou potentiellement entrepreneures ainsi que les techniques statistiques utilisées pour traiter et analyser nos données d'enquête. Ainsi, nous présentons successivement les objectifs visés par notre étude de terrain, le questionnaire d'enquête, l'échantillon enquêté, le déroulement de l'enquête et enfin les traitements statistiques utilisés.

1. La wilaya de Bejaia : population, emploi et éducation

1.1. Une brève présentation de la wilaya de Bejaia : territoire et organisation administrative

La wilaya de Bejaia est une région située au centre est du pays, s'ouvrant sur la mer Méditerranée avec une façade maritime de plus de 100 Km. Inséré entre les grands massifs du Djurdjura, des Bibans et des Babors, le territoire de la wilaya de Bejaia s'étend sur une superficie de 3 223,5 km². Le territoire de la wilaya est marqué par la prépondérance des reliefs montagneux (65%), coupé par la vallée de la Soummam et les plaines situées près du littoral.

Créée lors du découpage administratif de 1974, la wilaya de Bejaia était d'abord organisée en cinq Dairates et 28 communes ; son organisation a été modifiée à la faveur du nouveau découpage administratif de 1984 définissant 19 Dairates et 52 communes. La wilaya a des limites administratives avec cinq wilayas (Tizi ouzou et Bouira à l'Ouest, Bouira, Jijel à l'est et Sétif et Bordj Bou Arreridj au Sud).

En plus de son dynamisme démographique, la wilaya de Bejaia est réputée pour être une région dynamique sur le plan économique notamment dans le secteur agroalimentaire. Elle se classe au quatrième rang au niveau national en matière de création de PME, après Alger, Oran et Tizi Ouzou. Elle dispose également d'importants atouts touristiques de par la richesse de son relief (mer, montagnes et forêt).

1.2. Population et emploi

1.2.1. Population de la wilaya et caractéristiques

La population totale de la wilaya de Bejaia selon les données de la DPSB de la wilaya de Bejaia¹ est estimée à 959 100 habitants en 2015 dont 469 740 femmes (49%) et 489 360 hommes (51%). Cette population est inégalement répartie à travers le territoire de la wilaya. 61,2% de la population vit dans des agglomérations de chef-lieu (ACL), 26,3% en agglomérations secondaires et 12,4% en zones éparses. La densité de la population de la wilaya est relativement élevée (294 hab au km²). La population juvénile (moins de 30 ans) représente 56,2% de la population totale alors les personnes âgées (plus de 60 ans) représentent 8,6%. La population active (16-59 ans) représente 66,5% de la population totale.

¹ Direction de Programmation et du Suivi Budgétaire.

Tableau 21. Répartition de la population de la wilaya par groupes d'âge et sexes

Groupes d'âges	Données du RGPH ¹ (avril 2008)		
	Masculin	Féminin	Total
0-4 Ans	34047	32328	66375
05-09	31581	29900	61481
10-14	39479	37771	77250
15-19	49044	47420	96464
20-24	57216	53978	111194
25-29	52309	47989	100298
30-34	41986	38785	80771
35-39	34167	32463	66630
40-44	28305	27392	55697
45-49	22536	21418	43954
50-54	19639	18568	38207
55-59	17338	16182	33520
60-64	9911	10546	20457
65-69	8602	9725	18327
70-74	7295	8664	15959
75-79	5831	6731	12562
80 ans et +	5641	6219	11860
ND	684	889	1573
Total	465611	446968	912579

Source : Résultats préliminaires du RGPH d'avril 2008- Annuaire statistique, DPAT² de Bejaïa, 2010.

Selon les données du dernier RGPH 2008, la population scolarisable des 6-15 ans est

¹ Recensement Général de la Population et de l'Habitat

² Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire

estimée à 147 600, soit 16 % de la population totale. La population juvénile (moins de 30 ans) est de près de 513 062, représentant 56 % de la population totale. Ainsi 263 676 personnes sont de sexe masculin et 249 386 de sexe féminin. La population âgée de 16-59 ans (population active) est de 615 260 soit 66,6 % de la population totale. Les femmes occupent 48,5 % dans cette tranche d'âge soit 32 % de la population totale. Enfin, la population vivant en agglomération est de l'ordre de 809 580 soit 87,6 % de la population totale.

Tableau 22. Répartition de la population par genre et par groupe d'âge

Désignation	Situation au 31/12/2015 / Répartition par sexe		Total
	Masculin	Féminin	
Groupes d'âges			
0-4 Ans	35 785	33 975	69 760
09-05	33 190	31 425	64 615
10-14	41 485	39 700	81 185
15-19	51 540	49 840	101 380
20-24	60 130	56 725	116 855
25-29	54 980	50 440	105 420
30-34	44 130	40 765	84 895
35-39	35 910	34 115	70 025
40-44	29 745	28 785	58 530
45-49	23 685	22 510	46 195
50-54	20 630	19 515	40 145
55-59	18 225	17 005	35 230
60-64	10 410	11 090	21 500
65-69	9 045	10 225	19 270
70-74	7 670	9 105	16 775
75-79	6 135	7 070	13 205
80 ans et +	5 925	6 535	12 460
ND	720	935	1 655
Total	489 347	469 753	959 100

Source : DPSB, 2015, p 16.

1.2.2. L'emploi par secteur et par genre

Les données sur l'emploi dans la wilaya de Bejaia sont fournies par la Direction de la programmation et du suivi budgétaire de la wilaya. Ces statistiques administratives sont souvent peu fiables mais nous les citons juste à titre indicatif, faute de disposer de données d'enquêtes de l'ONS sur la région.

L'emploi total dans la wilaya est estimé à 337615 sur une population active s'élevant à 383 650 personnes.

Selon les données de la DPSB de Bejaia, le taux de chômage s'élève à 12% dans la wilaya en 2012, un taux supérieur au taux national (11,2%).

Tableau 23. Estimation de l'emploi (au 31/12/2015)

Désignation	Effectif
Population active	383 650
Taux d'activité	40%
Population active occupée	337 615
Taux de chômage	12%

Source.: DPSB, 2015, p 18

Cet emploi se concentre essentiellement dans trois secteurs d'activité, le BTP, les services et l'agriculture.

Tableau 24. Population active occupée par grands secteurs en 2015

Désignation	Nombre	Part du secteur
Agriculture	69450	20,57%
BTP	78530	23,26%
Industries Publiques	24715	7,31%
A.D.M (exécutif, A.P.C, E.P.A)	41525	12,30%
Services	72350	21,43%
Artisanat et tourisme	13500	4,00%
Commerce	7160	2,12%
Autres	30385	9,00%
Total	337615	100%

Source.: DPSB, 2015, p 18

Dans le tableau qui suit, en calculant le taux d'employabilité par genre, nous obtenons un taux de 39,03% pour les hommes et 11,64% pour les femmes. Le taux d'employabilité féminin est pratiquement 4 fois plus bas que celui des hommes. Cela signifie que les femmes sont faiblement insérées professionnellement à Bejaia comme à l'échelle du pays relativement aux hommes.

Tableau 25. La demande d'emploi exprimée par agence et par genre

Désignation	Demande d'emploi enregistrée durant l'année 2015				Demande d'emploi placée durant l'année 2015			
	Masculin	Féminin	Total	Dont jeunes 16/24 ans	Masculin	Féminin	Total	Dont jeunes 16/24
Bejaia	14 027	6117	20144	4389	4213	531	4744	1108
Akbou	9240	3379	12619	2555	4785	895	5680	1038
Sidi-Aich	5038	1832	6870	1442	2189	124	2313	377
Tazmalt	3594	1339	4933	1028	1921	193	2114	367
Kherrata	5880	1576	7456	1292	1580	33	1613	226
El-Kseur	6966	2157	9123	1653	2776	133	2909	370
Total	44745	16400	61145	12359	17464	1909	19373	3486

Source : DPSB, 2015, p20.

Toutes les statistiques reflètent une donnée structurelle qui est la faible participation des femmes au marché du travail.

Tableau 26. Statistiques des assurés par sexe, catégories et par secteur d'activité

Catégories	Hommes	Femmes	Total
Salariés actifs	174632	58488	233120
Retraités	50295	21466	71761
Pension invalide et rente AT/MP	3828	8789	12617
Étudiants	29269	36369	65638
Moudjahidines	1137	875	2012
AFC/IAIG	6039	12444	18483
Handicapés	3852	2420	6272
Chômeurs	58	3	61
Autres catégories particulières	22345	10183	32528
Total assurés affiliés	291607	151115	442722

Source : CNAS, 2015

1.3. Éducation et formation

Nous présentons dans ce qui suit des statistiques relatives aux infrastructures éducatives et de formation dont celles dédiées aux femmes ainsi que des statistiques relatives aux personnes scolarisées ou en formation professionnelle en mettant en relief la part relative des femmes. Ainsi, la différence n'apparaît pas quand il s'agit du nombre d'élèves, stagiaires et étudiants quel que soit leur sexe. Elle apparaît en revanche dans l'exercice de la fonction d'enseignement. Nous retrouvons pratiquement les mêmes chiffres ou plus ou moins plus élevés quand il s'agit des enseignants au niveau primaire, moyen et secondaire.

Nous remarquons par contre, que la part des femmes est plus faible quand il s'agit de la pratique d'enseignement au niveau supérieur. Ceci dit, leur engagement dans des postes nécessitant une haute responsabilité et une participation large, les poussent à réfléchir afin de prendre une décision. Une décision souvent liée à la réconciliation entre la famille et le travail. C'est souvent le cas dans l'enseignement universitaire. La part féminine calculée est de 53% au primaire, 64% au niveau moyen, 58% au niveau secondaire et enfin la part la plus ou moins faible enregistrée est au niveau supérieur, n'atteignant pas la moitié, soit 44%.

L'infrastructure est certes importante mais nous ne retrouvons pas d'informations liées à la méthode d'enseignement, à la participation de l'étudiant et aux modules qu'il a eu

durant son parcours scolaire et/ou universitaire. Une étude sur les programmes suivis dès le primaire (F. Grignon, 1998, p 20) est nécessaire (Fayolle , 2003, p 19). Des programmes sous une approche entrepreneuriale favorisent l'intention entrepreneuriale chez ces étudiants.

Tableau 27. Nombre d'élèves, des enseignants et des établissements éducatifs au primaire à Bejaia

Nombre d'écoles	Nombre de salles utilisés		Cantines scolaires	Nombre d'élèves		Nombre d'enseignants		Taux d'encadrement
	Total	Nombre de salles non utilisées		Total	Dont filles	Total	Dont femmes	Enseignant/ élève
560	4355	569	481	81 712	39 385	4 396	2 363	19

Source: Direction de l'éducation de Bejaia, 2015/2016

Au niveau primaire, qu'il s'agisse du nombre d'élèves ou d'enseignants définis par genre, le tableau affiche une part féminine occupant la moitié de la part masculine, soit 2 363 enseignantes parmi 4 396 enseignants pour un total de 81 712 élèves dont 39 385 sont des filles.

Tableau 28. Statistiques sur l'enseignement moyen à Bejaia

Nombre collèges	de Capacité	Niveau de divisions pédagogiques	Nombre d'élèves		Nombre d'enseignants		Demi-pensions		Taux d'encadrement
			Total	Dont filles	Total	Dont femmes	nombre	Capacité	Enseignant/ élève
156	113 060	2 409	59 342	28 611	4 687	3 046	85	18 200	13

Source: Direction de l'éducation de Bejaia, 2015/2016

Pratiquement la même observation s'affiche au niveau de ce tableau que le précédent. Soit, un nombre total de 4 687 enseignants dont une part représentée par 3 046 enseignantes, et ce pour un total de 59 342 élèves dont 28 611 sont des filles au niveau moyen.

Tableau 29. Statistiques enseignement secondaire à Bejaia

Nombre d'établissement		Niveau de divisions pédagogiques	Nombre d'élèves		Nombre d'enseignants		Internats		Demi-pensions		Taux d'encadrement enseignant / élève
Total	Capacité		Total	Dont filles	Total	Dont femmes	Nombre	Capacité	Nombre	Capacité	
56	57 520	1 365	38 542	21 542	3 025	1 777	13	3 023	34	49 150	13

Source : Direction de l'éducation de Bejaia, 2015/2016

Touchant à l'enseignement secondaire, la même remarque se répète et affiche 3 025 enseignants au total dont 1 777 sont des femmes pour un total de 38 542 élèves dont 21 025 sont des filles.

Tableau 30. Institut national spécialisé en formation professionnelle

Commune	Capacité	Nombre Enseignant	Formation résidentielle		Diplôme	Formation apprentissage		Capacité internat
			Effectif			Effectifs		
			Total	Dont filles		Total	Dont filles	
Bejaia	800	43	644	441	145	442	225	160
Sidi-Aich	500	61	455	211	11	177	16	120
Total	1300	74	1099	652	256	619	241	280

Source : Direction de la formation professionnelle, 2015/ 2016

Concernant l'INSFP, nous ne retrouvons pas de données genre quand il s'agit du nombre des enseignants. Nous retrouvons ainsi, un total de 74 enseignants pour 1 718 stagiaires au total dont 893 sont des filles.

Tableau 31. Centres de formation professionnelle et d'apprentissage

CFPA		Formation résidentielle				Formation apprentissage			Formation en cours du soir		Capacité internat
Nombre	Capacité	Nombre enseignants	Effectif		Diplôme	Effectif		Diplôme	Effectif		
			Total	Dont filles		Total	Dont filles		Total	Dont filles	
25	6400	479	3487	1881	1691	6180	1536	1294	3293	1417	1000

Source : Direction de la formation professionnelle, 2015/2016

Même précision que l'INSFP sur le CFPA. Soit, un total de 479 enseignants pour 9 667 stagiaires dont 3 417 sont des filles.

Tableau 32. Établissement hors secteur de la formation professionnelle

Établissement	Capacité d'accueil	Nombre stagiaires		Nombre enseignants	Nombre diplôme
		Total	Filles		
École de formation paramédicale-AOKAS	400	484	363	06	190
Chambre du commerce et de l'industrie de Bejaia	30	117	52	04	/
École maritime Bejaia	80	58	/	09	52 diplômes 2504 attestations
Écoles privées agréées	1509	672	287	92	79
Total	2019	1331	702	111	/

Source : Direction de la formation professionnelle, 2015

S'agissant des autres établissements de formation professionnelle, les statistiques enregistrent un nombre total de 1 331 stagiaires dont 702 sont des filles.

Tableau 33. Répartition des enseignants par grade

Grade	Homme	Femme	Total
Professeur	81	18	99
Maître de conférences « Classe A »	94	43	194
Maître de conférences « Classe B »	128	92	220
Maître assistant « Classe A »	447	409	856
Maître assistant « Classe B »	152	171	323
Assistant	02	01	03
Total	904	734	1638

Source : Direction de l'éducation 2015/2016

Concernant l'enseignement supérieur et selon la répartition des enseignants par grade de 2015/2016, celle-ci affiche une part féminine plus ou moins faible que la part masculine. Soit 447 maîtres assistant « Classe A » hommes et 409 sont des femmes, 128 maître de conférences « Classe B » hommes et 92 maîtres de conférence « Classe B » femmes, 94 maîtres de conférences « Classe A » sont des hommes et 43 sont des femmes et enfin 81 professeurs hommes et 18 professeures femmes.

Par contre, la part est plutôt égale ou plus importante quand il s'agit du grade touchant à « Assistant » ou « Maître assistant Classe B »

2. La place des femmes dans l'entrepreneuriat à Bejaia : PME et artisanat

2.1. La part entrepreneuriale de Bejaia en Algérie

Les statistiques officielles présentées et analysées ci-dessous et qui émanent des ministères en charge du suivi et de la promotion des PME n'introduisent pas la dimension genre (homme/femme). Pour tenter de cerner la place des femmes en matière de création d'entreprises et d'entrepreneuriat, nous mobilisons les données de l'enquête GEM menée en Algérie en 2009 et dont les résultats sont synthétisés dans un rapport publié en 2011 (Abedou et *al*, 2011).

Cette enquête, conformément à la méthodologie standard GEM, a été menée auprès d'un échantillon de 3500 individus adultes (hommes et femmes), âgés entre 18 et 64 ans. Cette

enquête a été menée au niveau de 16 wilayas réparties à travers le territoire national¹. Cette enquête est d'autant intéressante qu'elle inclue notre région d'étude (Bejaia).

Les résultats de cette enquête révèlent la faiblesse de l'activité entrepreneuriale en Algérie, d'une part, et l'existence de disparités importantes entre les hommes et les femmes d'autre part. Le taux d'activité entrepreneuriale (TEA), qui représente la combinaison du taux d'entrepreneurs émergents et du taux d'entrepreneurs nouveaux, est de 9,7. Autrement dit, il y'a à peine 10% de la population adulte (18-64 ans) qui se lance dans une aventure entrepreneuriale. En outre, il existe un décalage relativement important entre les intentions entrepreneuriales et les créations effectives d'entreprises². Ce décalage renseigne en fait sur l'existence d'obstacles à la création d'entreprises ou au minimum à l'absence de mesures de facilitation.

L'analyse de résultats de l'enquête selon le genre révèle une différence importante entre les hommes et les femmes. Le taux d'activité entrepreneuriale chez les femmes est beaucoup plus faible que celui des hommes (5,7% pour les femmes contre 12,3% pour les hommes). Dans la région de Bejaia, le taux d'activité entrepreneuriale chez les femmes est encore plus faible (2,6% contre 18,4% pour les hommes)³.

Ces résultats suggèrent ainsi l'existence de divers obstacles à l'entrepreneuriat féminin alors que le pays accuse un retard considérable en matière de création d'entreprises⁴. Cependant, cette étude qui fournit des informations précieuses sur les niveaux d'activité entrepreneuriale en Algérie ainsi que dans les différentes régions du pays et leur ventilation selon le genre n'explore pas les comportements des entrepreneurs (hommes et femmes) et leurs spécificités ainsi que les facteurs qui entravent le développement de l'entrepreneuriat féminin. C'est cela qui nous a amenés à mener notre propre enquête de terrain en vue d'explorer ces dimensions importantes de l'entrepreneuriat féminin.

2.2. PME et artisanat dans la wilaya de Bejaia

Dans cette deuxième section, nous exposons et analysons quelques statistiques sur les PME et l'artisanat au niveau de la wilaya de Bejaia tout en mettant l'accent sur la dimension genre.

¹ Il s'agit des wilayas suivantes : Oran, Tlemcen, Sidi Bel Abbès, Mascara et Relizane à l'Ouest ; Alger, Tizi Ouzou et Blida dans la région Centre ; Constantine Sétif, Bejaia, Bordj Bou-Arréridj et Annaba dans la région Est et d'Ouargla, Biskra et Ghardaia dans le Sud.

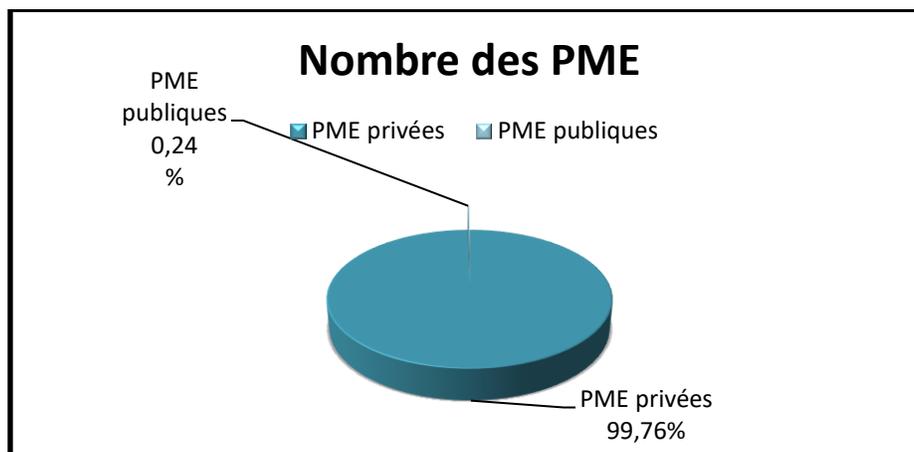
² Le taux d'entrepreneurs nouveaux(TEN) est de 4,2 alors que le taux d'entrepreneurs émergents (TEE) est de 5,5.

³ Le taux d'activité entrepreneuriale globale dans la wilaya de Bejaia selon l'enquête GEM est de 9,9%.

⁴ La densité de la PME en Algérie est de 23 PME pour 1000 hab alors que la moyenne internationale s'élève à 45. Il y'aurait ainsi un déficit de près de 2 millions de PME en Algérie.

2.2.1. Répartition de la PME et de l'artisanat par secteur d'activité et par genre

Figure 16. Population globale des PME, fin 2012



Source : Direction de l'industrie et de l'artisanat, 2013.

Le secteur de la PME, comme le montre le tableau ci-dessous, est largement dominé par les PME privées qui représentent 99,8% sur un total de 20501 PME. Les entités publiques sont marginales et ne représentent que 0,2% de l'ensemble des PME. Il est aussi à souligner que la quasi-totalité de ces PME privées sont de très petite taille (micro-entreprises) donc vulnérables et peu performantes.

Ces PME sont concentrées dans le BTPH, le commerce, les transports et communications, les services aux entreprises et aux ménages, l'industrie du bois, le liège ainsi que le papier et aussi dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration.

Tableau 34. Répartition des PME privées et publiques par secteur d'activité et l'emploi en 2015

Désignation	Privée		Publique		Total	
Secteur d'activité	PME	Emplois	PME	Emplois	PME	Emplois
Agriculture et pêche	434	2091	1	9	435	2100
Eaux et énergie	4	28	1	163	5	191
Hydrocarbures	0	0	0	0	0	0
Services et travaux publics pétroliers	0	0	0	0	0	0
Mines et carrières	30	460	2	74	32	534
I.S.M.M.E	455	2032	3	309	458	2341
Matériaux de construction	300	1615	9	826	309	2441
Bâtiments et travaux publics	4898	15603	8	506	4906	16109
Chimie, caoutchouc, plastique	143	722	2	135	145	857
Industries agroalimentaires	694	3130	1	69	695	3199
Industrie textile, bonneterie	233	456	1	136	234	592
Industries des cuirs et chaussures	5	10	0	0	5	10
Industries du bois, liège, papier	943	1965	2	16	945	1981
Industries diverses	38	53	0	0	38	53
Transport et communication	3753	5257	2	75	3755	5332
Commerces	3926	7100	4	112	3930	7212
Hôtellerie et restauration	891	2663	2	115	893	2778
Services fournis aux entreprises	1885	8123	2	58	1887	8181
Service fournis aux ménages	1604	3068	1	3	1605	3071
Établissements financiers	46	389	0	0	46	389
Affaires immobilières	111	551	0	0	111	551
Services pour collectivités	67	642	0	0	67	642
Total	20460	55958	41	2606	20501	58564

Source.: CNAS 2015

Les statistiques fournies par la Direction de la PME de Bejaia diffèrent sensiblement de celles de la CNAS qui paraissent ainsi sous-estimées.

Tableau 35. Répartition des PME privées par type (tranche d'effectif)

Secteur d'activités	PME de 1 à 9 salariés	PME de 10 à 49 salariés	PME de 50 à 250 salariés	Nombre de PME
Services	11892	341	50	12283
En %	97%	3%	0,41%	100%
BTPH	4585	264	49	4898
En %	94%	5%	1%	100%
Industries	2654	147	40	2841
En %	93%	5%	1%	100%
Agriculture et pêche	366	67	1	434
En %	84%	15%	0,23%	100%
Services liés aux industries	2	2	0	4
En %	50%	50%	0%	100%
Total	19 499	821	140	20460
En %	95,30%	4,01%	0,69%	100%

Source : Direction de l'industrie et des mines, 2015

Au cours de ces deux dernières décennies, nous remarquons un développement remarquable du secteur privé dans la wilaya de Bejaïa. Certes, elle n'est pas la seule touchée par le phénomène. Ainsi, ceci s'est traduit par une forte création d'emplois. Le nombre de PME privées est passé de 1 731 à 4 218 PME privées entre fin 1994 à 2000, pour enfin arriver à atteindre un nombre de 12 827 PME privées 10 ans après. Le tableau ci-dessus le démontre.

En 2010, le nombre de PME privées créées se traduit par 12 827, comme nous l'avons déjà mentionné ci-dessus. Cependant, plus de la moitié soit 43,62% d'entre elles sont créées entre 2000 et 2010, un pourcentage plus ou moins faible (32,88%) qui s'est développé entre 1994 et 2000 et enfin un pourcentage encore plus faible soit (13,49%) qui caractérise la période (jusqu'à 1994). Cependant, l'évolution reste positive, plus le temps avance plus les nombre de PME évolue.

Durant les seize années se succédant à partir de 1994, le parc de PME privées de la wilaya de Bejaia connait une évolution considérable estimé à un taux de 741,02% soit une augmentation de 802 PME chaque année. Le premier boom allant de 1994 jusqu'à la fin des années 90 coïncide avec l'installation d'une représentation de l'APSI¹, créée dans le cadre du nouveau code des investissements promulgué par le décret législatif n° 93-12 du 05 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement. Cette évolution continue se justifie par la création de plusieurs autres agences créées dans le but d'encourager la population à créer leur propre emploi. Ces investissements se succèdent : l'installation d'une antenne de l'ANSEJ en juillet 1998 au niveau de la wilaya de Bejaïa, d'une agence locale de la CNAC en janvier 2004, d'une coordination de l'ANGEM en fin 2005. Enfin, d'un Guichet Unique Décentralisé (GUD) en octobre 2006 dans le cadre de l'ordonnance 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement, d'où la création de l'ANDI qui succède ainsi à l'APSI. Cette concerne aussi l'activité artisanale, qui a connue elle aussi une évolution considérable. Un point que nous allons voir en détail plus loin.

Mais aussi la nouvelle loi N 17-02, correspondant au 10 janvier 2017 (Journal Officiel de la République N 02, 2017, p 03,04) portant loi d'orientation sur développement de la PME.

Le nombre de PME_s féminines est passé de 940 à 11 52 de 2011 à 2012 soit une augmentation de 212 PME (0,35%). Comparativement à leurs homologues masculins qui ont connu une augmentation de 1961 PME soit plus de 9 fois la part féminine.

Tableau 36. Répartition du nombre des PME privées par genre au 31/12/2010²

Nature des PME	Nombre des PME	Part des PME en %
PME féminines	940	7,33%
PME masculines	11 887	92,67%
Total	12 827	100%

Source : Construit à partir des données collectées au niveau de la direction de la PME, 2011.

¹ Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement

² Nous présentons ici les données de 2010 ventilées selon le genre car les données ultérieures ne sont plus détaillées selon le genre.

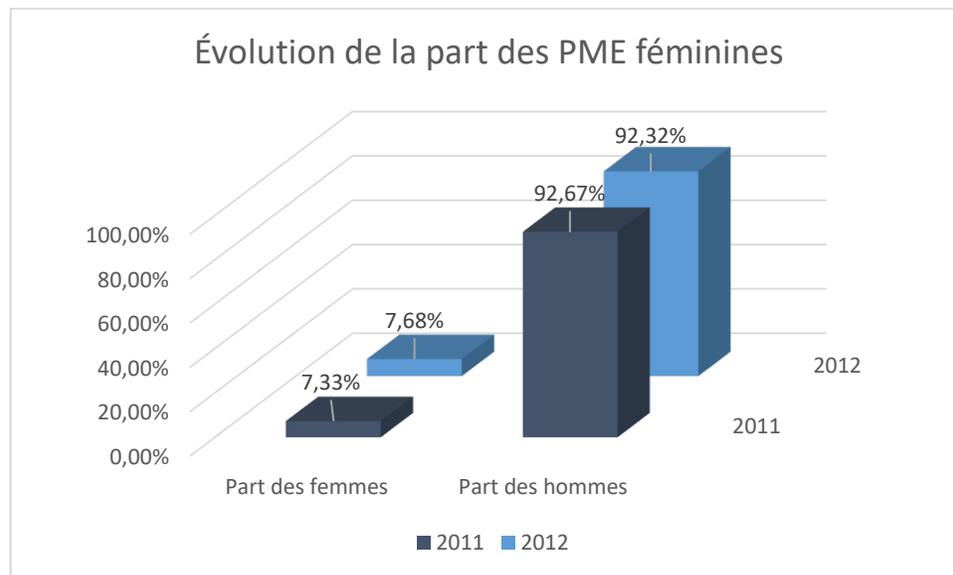
Tableau 37. Répartition du nombre des PME privées par genre au 31/12/2012

Nature des PME	Nombre de PME	%
PME féminines	1 152	7,68 %
PME masculines	13 848	92,32 %
Total	15 000	100%

Source : DPSB de Bejaia, 2012.

Cette figure nous expose l'importance de l'écart flagrant existant présentant le poids des deux sexes.

Figure 17. Répartition et évolution de la part des PME par genre et par année de 2011, 2012



Source : Construit à partir des données de la DPSB et de la direction de la PME.

En 2010, le nombre total des PME privées a atteint près de 12 827 PME. Dont 11887 PME dirigées par les hommes (92,67%) et seulement 940 PME dirigées par les femmes (7,33%).

Dans le domaine de l'artisanat où les femmes sont plus nombreuses, les statistiques disponibles fournies par la Chambre de l'artisanat et des métiers de Bejaia permettent de voir la part des femmes dans ce type d'activités. Ces dernières sont relativement plus présentes dans le domaine de l'artisanat traditionnel et d'art qui représente 16,1% de l'ensemble des activités artisanales en 2015.

Dans le tableau qui suit, nous retrouvons 1 115 très petites entreprises, 35 entreprises qui sont de petite taille et 2 seulement sont moyennes. Nous observons bien l'importance de la TP dans l'entrepreneuriat féminin.

Tableau 38. Répartition des PME féminines par tranche d'effectifs à Bejaia

Taille	Nombre de PME	%
TPE (1 à 9 employés)	1 115	96,78
Petite entreprise (9 à 49 employés)	35	3,05
Moyenne entreprise (50 à 250 employés)	2	0,17
Total	1 152	100

Source : DPSB de Bejaia, 2012

Dans celui-ci qui vient ci-après, les statistiques nous présentent la densité de la PME féminine par commune. Ainsi, la densité féminine la plus forte c'est au niveau de Sidi-Aich, vient après Aokas et Amizour.

Tableau 39. Répartition spatiale des PME féminines dans la wilaya de Bejaia

Communes	Effectif	%	Population féminine	Densité de PME féminine
Bejaia	432	37,5	89 724	0,48
Akbou	119	10,32	27 300	0,44
El-Kseur	56	4,86	14 790	0,38
Tazmalt	53	4,60	14 682	0,36
Sidi-Aich	51	4,42	6 844	0,74
Kherrata	51	4,42	17 539	0,29
Aokas	45	3,91	8 088	0,55
Amizour	43	3,73	7 829	0,54
Timezrit	42	3,64	12 658	0,33
Souk El Tenine	36	3,13	6 950	0,51
Ouzelaguen	34	2,95	11 415	0,29
Tichy	23	1,99	8 236	0,28
Total	985	100	219 105	5,19

Source : DPSB de Bejaia, 2012.

2.2.2. Préparation de l'activité artisanale par domaine d'activité et par genre

Tableau 40. Nombre des structures artisanales par domaine pour l'année 2011

Domaine		Inscrits				Radiés				En cours				Total			
Code	Libellé	Artisan	Coop.	Entreprise.	Total Inscrits	Artisan	Coop.	Entreprise.	Total Radiés	Artisan	Coop.	Entreprise.	Total en cours	Artisan	Coop.	Entreprise.	Total
01	Artisanat traditionnel et d'art	982	6	0	988	113	3	0	116	25	0	0	25	1120	9	0	1129
02	Artisanat de production de biens	1685	16	2	1703	350	9	1	360	10	0	0	10	2045	25	3	2073
03	Artisanat de production de services	4371	32	0	4403	884	10	0	894	39	0	0	39	5294	42	0	5336
Total		7038	54	2	7094	1347	22	1	1370	74	0	0	74	8459	76	3	8538

Source.: Données collectées au niveau de la Chambre de l'artisanat et des métiers, 2011.

Le nombre total des artisans individuels est estimé à 8 459 en 2011 soit 1120 (13,24%) pour ce qui est de l'artisanat traditionnel et d'art, 2045 (24,18%) en ce qui concerne l'artisanat de production de biens et 5 294 (62,58%) pour l'artisanat de production de services, ce dernier est le domaine le plus représenté.

Pour ce qui est du nombre total des coopératives, nous retrouvons 25 (32%) coopératives se spécialisant dans l'artisanat de production de biens et 42 (55%) coopératives pour l'artisanat de production de services. Au total, nous retrouvons 76 coopératives.

Enfin, les entreprises artisanales sont uniquement à trois et seulement dans le domaine de l'artisanat de production de biens.

Au total, le nombre des activités artisanales se retrouve à 8538 activités, soit 1129 (13,22%) sont spécialisées dans le domaine de l'artisanat traditionnel et d'art, 2073

(24,28%) sont spécialisées dans le domaine de l'artisanat de production de biens et le domaine le plus représenté se retrouve à 5336 (62,5%) activités spécialisées dans l'artisanat de production de services.

Tableau 41. Nombre d'activité artisanales par domaine et par nombre d'emploi créés pour l'année

Désignations	Nombre (2010)	Emploi (2010)
Nombre d'artisans individuels	7 432	14 864
Nombre de coopératives artisanales	74	148
Nombre d'entreprises artisanales	03	06
Répartition selon le domaine d'activité	Artisans (2010)	Artisans (2015)
- L'artisanat traditionnel et d'art	930	2299
- L'artisanat de production de biens	1 882	2797
- L'artisanat de production de services	4 620	9140
Total	7 432	14 236

Source : DPAT et Direction de l'industrie et des mines, 2010 et annuaire statistique de la wilaya de Bejaia, 2015.

Dans ce tableau, nous remarquons que le nombre d'emploi crée est assez important au niveau des artisans individuels puisque leur nombre est assez élevés, sinon la capacité à créer de l'emploi est la même que ce soit pour les artisans individuels, ou les coopératives artisanales ou encore pour les entreprises artisanales. D'ailleurs, d'après les données, il suffit de doubler le nombre d'artisans, de coopératives ou d'entreprises pour trouver le nombre d'emplois crée. Exemple : le nombre de coopératives est égal à 74, le nombre d'emplois crée sera de 148. Le nombre d'entreprises est égal à 3, le nombre d'emplois crée sera de 6. Si nous l'appliquons sur l'une des données sur l'artisanat pour l'année 2011, nous retrouvons, 8459 artisans individuels soit 16 918 emplois créés en moyenne. Si la logique reste la même, « pour chaque entreprise, chaque artisan, chaque coopérative on créait 2 emplois».

De plus, de nouveaux artisans se sont inscrits dans l'année 2015, soit 320 artisans dans le domaine traditionnel et d'art, 138 artisans dans le domaine de biens, 943 artisans de production de services.

En observant le tableau 42 , nous pouvons effectuer une comparaison. Ainsi, le nombre

total des artisans de sexe masculin est de 7376, le nombre des coopératives est de 76 et le nombre des entreprises est de 3 entreprises. En ce qui concerne l'activité féminine, elle reste faible avec respectivement 1083, 76 et 3 entreprises. Le nombre des coopératives et des entreprises est le même pour les deux sexes.

Les deux sexes se spécialisent dans l'artisanat de production de services, vient en deuxième lieu, l'artisanat de production de biens pour les hommes et l'artisanat traditionnel et d'art pour les femmes. Restent en dernier lieu l'artisanat traditionnel et d'art pour ce qui est du sexe masculin et l'artisanat de production de bien pour ce qui est du sexe féminin.

Tableau 42. Répartition du nombre des artisans par genre et par secteur d'activité pour l'année 2011

Domaine		Total des artisanes				Total des artisans				Total			
Code	Libellé	Artisan	Coopérative	Entreprise	Total	Artisan	Coopérative	Entreprise	Total	Artisan	Coopérative	Entreprise	Total
01	Artisanat traditionnelle l et d' art	342	9	0	351	778	9	0	787	1120	18	0	1138
02	Artisanat de production	254	25	3	282	1791	25	3	1819	2045	50	6	2101
03	Artisanat de production de services	487	42	0	529	4807	42	0	4849	5294	84	0	5378
Total		1083	76	3	1162	7376	76	3	7455	8459	152	6	8617

Source : Construit à partir des données collectées au niveau de la chambre de l'artisanat et des métiers de Bejaia, 2011.

À travers ce tableau de 2011 à 2012, nous observons une concentration dans le domaine de l'artisanat de production de services soit 67,5% du total, suivi de l'artisanat traditionnel avec 17,37% et enfin l'artisanat de production de biens avec 15,13%.

Cependant, même si l'artisanat de production de services présente la part la plus importante, les femmes se concentrent plus dans l'artisanat traditionnel et d'art.

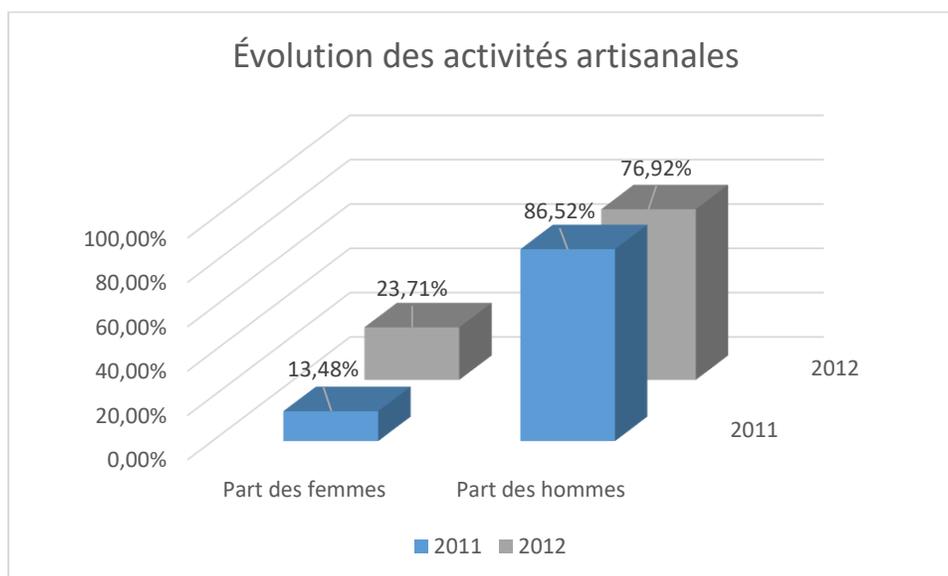
Tableau 43. Évolution de l'activité artisanale par genre et par secteur d'activité

Domaine	Sexe	Part du type de l'artisanat	Part du type de l'artisanat en %	% des femmes en 2011	% des femmes en 2012
Artisanat traditionnel et d'art	Femmes	1 194	17,37%	4,07%	11,89%
	Hommes	651			
Artisanat de production de biens	Femmes	402	15,13%	3,27%	4,06%
	Hommes	1 118			
Artisanat de production de services	Femmes	774	67,5%	6,14%	7,76%
	Hommes	6 007			
Total		10 045	100	13,48%	23,71%

Source : DPSB de Bejaia, 2012

À travers cette figure, nous remarquons que même si la part féminine dans l'exercice d'une activité artisanale a augmenté de 10% entre 2011 et 2012, un grand écart s'affiche encore entre les deux sexes.

Figure 18. Évolution des activités artisanales par genre de 2011 à 2012



Source : Construit à partir des données de la chambre de l'artisanat et de la DPSB, 2012.

2.2.3. Micro-entreprises et activités financées dans le cadre des dispositifs publics à Bejaia

Les dispositifs publics d'aide à la création d'activité ont contribué dans la wilaya de Bejaia à financer un nombre relativement important d'activités notamment le dispositif ANSEJ et à un degré moindre le dispositif ANGEM dans lequel les femmes représentent une part dominante.

2.2.3.1. Les activités financées dans le cadre de l'ANGEM

Comme le montre le tableau ci-dessous, les femmes représentent 77% des personnes ayant bénéficié des financements d'un micro-crédit dans le cadre du dispositif ANGEM à Bejaia en 2015. Les femmes semblent ainsi avoir une certaine préférence pour ce dispositif qui accorde des financements de faible montant et donc peu risqués. Selon les statistiques de l'agence ANGEM de Bejaia, le nombre de visites de femmes est plus élevé, reste que le taux de dépôt par rapport aux visites reçues est plus faible que celui de leurs homologues masculins (2,18% pour les femmes et 2,36% pour les hommes). Cela montre le désengagement des femmes après les visites reçues, un suivi est donc nécessaire pour comprendre les causes de ce désengagement afin d'y remédier.

Tableau 44. Bilan global des dossiers de crédit par genre en 2015 à Bejaia

Bilan global	Femme	Homme	Total
Nombre de visites reçues	70222	34304	104526
Nombre de dossiers déposés	1532	809	2341
Dont : projets de financement mixte (ANGEM, promoteur) achat de la matière première	1359	232	1591
projets de financement mixte (Banque, Promoteur)	/	/	/
projets de financement triangulaire (Banque, promoteur, ANGEM)	173	577	750

Source : ANGEM, 2015

On relève également une forte concentration des femmes dans le secteur de la petite industrie, justifiant ainsi leur création d'ateliers de couture par exemple ainsi que dans le secteur de l'agriculture tel que l'a souligné Gillet (2004, p4) dans la définition du profil de la femme entrepreneure. Dans les services, les femmes sont nombreuses à créer leur entreprise (Hitache, 2015, p 105). Cependant, leur part est pratiquement nulle quand il s'agit du secteur du BTP contrairement aux hommes.

Tableau 45. Répartition des projets ANGEM par secteurs d'activité à Bejaia en 2015

Secteurs d'activités	Projets de financement (ANGEM/ Promoteur)			Projet de financement triangulaire		
	F	H	Total	F	H	Total
Agriculture	114	168	282	3	37	40
TP Industrie	1140	16	1156	74	32	106
BTP	0	17	17	1	137	138
Services	40	18	58	53	170	223
Total	1294	219	1513	131	376	507

Source : ANGEM Bejaia, 2015

2.2.3.2. Les activités financées dans le cadre du dispositif ANSEJ à Bejaia

Le dispositif ANSEJ ne contribue que très faiblement au financement des projets portés par les femmes. La part de ces dernières ne représente que 7,1% de l'ensemble des micro-entreprises financées par l'ANSEJ de Bejaia en 2015. Ce dernier finance principalement les femmes dans les professions libérales (39%) et à un degré moindre dans l'hydraulique et les services (respectivement 12% et 11%).

Tableau 46. Répartition des projets (ANSEJ) en 2015 par sexe du gérant (phase de création)

Secteur d'activité	Nombre de micro-entreprises financées	Nombre d'emplois correspondants	Sexe du gérant		taux de féminité
			Masculin	Féminin	
Services	226	468	201	25	11,06%
Artisanat	124	387	115	9	7,26%
Agriculture	66	172	64	2	3,03%
Transport frigorifique	0	0	0	0	0,00%
Transport de marchandises	0	0	0	0	0,00%
Transport des voyageurs	0	0	0	0	0,00%
Industrie	206	467	187	19	9,22%
BTPH	383	867	380	3	0,78%
Pêche	3	11	3	0	0,00%
Professions libérales	41	67	25	16	39,02%
Maintenance	11	23	11	0	0,00%
Hydraulique	25	79	22	3	12,00%
Total	1085	2541	1008	77	7,10%

Source : ANSEJ Bejaia, 2015

Selon les statistiques liées aux projets financés par l'ANSEJ et par rapport à l'année 2015, le taux de féminité total en 2016 est de 7,24% soit une augmentation de 0,14%.

Tableau 47. Répartition des projets financés au niveau de l'ANSEJ par genre et secteurs d'activités

Secteur d'activités	Nombre de micro-entreprises financées	Nombre d'emplois correspondants	Sexe du gérant		Taux de féminité
			Masculin	Féminin	
Agriculture et pêche	71	187	69	2	2,82%
Artisanat	124	387	115	9	7,26%
BTPH	416	965	410	6	1,44%
Industrie et maintenance	223	503	203	20	8,97%
Profession libérale	41	67	25	16	39,02%
Services	230	472	203	27	11,74%
Total	1105	2584	1025	80	7,24%

Source : ANSEJ, 2016

Nous observons que l'ANSEJ contribue au financement de projets, demandes provenant de la part des femmes et des hommes ayant différents niveaux d'instruction allant du niveau primaire jusqu'au niveau universitaire sauf que la grande part (21,30%) représente ceux et celles ayant un niveau universitaire.

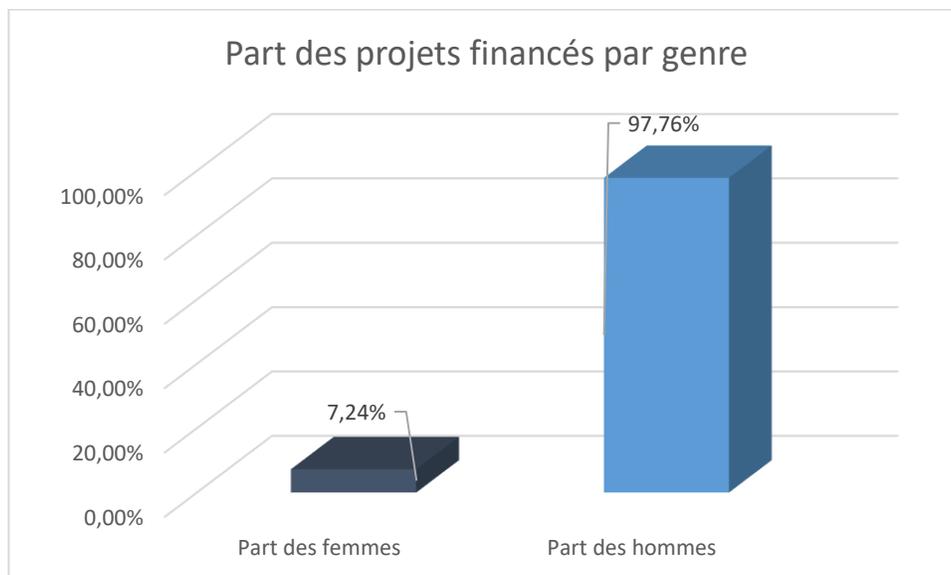
Tableau 48. Répartition des projets financés par niveau d'instruction

Niveau d'instruction	masculin	féminin	Total	Taux de féminité
Universitaire	133	36	169	21,30%
Formation professionnelle	705	32	737	4,34%
Secondaire	48	5	53	9,43%
Moyen	127	6	133	4,51%
Primaire	12	1	13	7,69%
Total	1025	80	1105	7,24%

Source : ANSEJ, 2016

Cette figure nous expose l'écart flagrant des projets financés par l'ANSEJ, présenté par genre. Soit 7,24% pour les femmes en 2016 contre 97,76% pour les hommes.

Figure 19. Part des projets financés par genre, en 2016



Source : Construit à partir des données de l'ANSEJ, 2016.

2.2.3.3. Les projets déclarés dans le cadre du dispositif ANDI à Bejaia

2.2.3.3.1. Répartition et évolution des projets ANDI par genre

Concernant les financements par l'ANDI, nous remarquons une baisse en 2011 et 2015 pour les deux sexes. Cependant, en allant de 2006 à 2015, le nombre total de projets féminins déclarés reste très faible, soit 282 projets féminins contre 5419 masculins au total.

Tableau 49. Répartition des projets par genre et par année de déclaration du 01/01/2006 au 31/12/2015

Sexe	Nombre projets déclarés	Nombre d'emplois déclarés	Montant déclarés en (KDA»)
Femme/année	282	935	4 215 246
2006	2	6	11 702
2007	15	65	131 088
2008	49	180	722 114
2009	72	126	604 639
2010	29	41	196 412
2011	12	34	184 837
2012	31	148	383 308
2013	30	184	1 590 977
2014	26	70	238 277
2015	16	81	151 893
Homme/année	5 419	20 990	180 072 752
2006	130	558	1 285 346
2007	519	3 179	13 066 378
2008	830	4 547	24 336 407
2009	1126	3 130	16 530 023
2010	471	1 974	10 345 185
2011	281	2 024	10 499 506
2012	432	3 181	14 075 015
2013	518	3 807	27 387 225
2014	607	4 016	28 167 486
2015	505	4 574	34 380 180
Total général	5 701	31 925	184 287 998

Source : ANDI, 2016

2.2.3.3.2. Répartition et évolution des projets ANDI par genre et par secteur d'activité

Du côté du secteur d'activité, nous remarquons une concentration des femmes dans le secteur des transports, suivi du secteur des services et enfin le BTPH.

Nous retrouvons ainsi la même concentration chez les hommes, soit dans le secteur des transports, suivi des services et du BTPH.

Puisque, le même classement se repère, nous nous interrogeons sur les activités entrepreneuriales issues des proches de sexes masculins de ces femmes, ressentant juste le besoin sur papier d'obtenir un registre de commerce tel que déjà déclaré par Belhadi en 2010.

Tableau 50. Répartition des projets ANDI par genre et par secteur d'activité du 01/01/2006 au 31/12/2015

Sexe	Nombre de projets déclarés	Nombre d'emplois déclarés	Montant déclaré en KDA
FEMME	282	935	4 215 246
BTPH	19	233	415 606
Industrie	13	208	1 832 257
Santé	1	3	6 291
Transport	186	335	1 499 193
Services	63	156	461 899
HOMME	5 419	30 990	180 072 752
Agriculture	53	640	4 125 647
BTPH	554	7 978	19 966 198
Industrie	447	9 288	71 549 913
Santé	17	214	1 824 146
Transport	3 656	9 179	47 108 584
Tourisme	51	1 769	19 288 514
services	641	1 922	16 209 750
Total général	5 701	31 925	184 287 998

Source : ANDI, 2016

3. Méthodologie de l'enquête : objectifs, questionnaire échantillon et déroulement de l'enquête

Nous présentons dans cette dernière section les différentes étapes suivies afin de réaliser notre enquête de terrain ainsi que les objectifs de celle-ci.

En effet, à travers cette enquête, nous souhaitons appréhender le phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia et connaître l'état actuel ainsi que les intentions entrepreneuriales des femmes interrogées. Nous visons également, en exploitant les données de l'enquête, à reconstituer le profil aussi bien des femmes potentiellement entrepreneures que des femmes entrepreneures établies.

3.1. Objectifs de l'enquête, confection du questionnaire et déroulement de l'enquête

3.1.1. Objectifs de l'enquête

Notre enquête vise surtout à collecter des informations sur l'entrepreneuriat féminin ainsi que sur son potentiel dans la wilaya de Bejaia, d'autant que ce domaine demeure insuffisamment inexploré tant par les pouvoirs publics que par la recherche académique. Nous visons à travers les informations collectées à dresser les profils des femmes entrepreneures et à identifier les obstacles rencontrés afin de formuler quelques recommandations et enfin cerner le rôle des institutions dans le développement et la promotion de l'entrepreneuriat féminin (institutions éducatives, de financement et aussi les différents réseaux : famille, amis, voisinage...).

Ainsi et afin de déceler l'intention de création chez les femmes ou même la création déjà réalisée, nous avons choisi d'effectuer cette enquête auprès des femmes en fin de cycle de formation universitaire ou de formation professionnelle. Dans cette perspective, nous avons ciblé les femmes en formation à l'université de Bejaia, à l'INSFP, du CFPA mixte ainsi que le CFPA féminin dans la wilaya de Bejaia. Nous avons aussi choisi les spécialités dans lesquelles ces femmes peuvent se lancer en entrepreneuriat et créer une activité indépendante.

3.1.2. Méthode d'échantillonnage

L'échantillonnage représente une opération qui consiste à sélectionner une fraction d'une population plus vaste. Et pour des raisons de coûts, de délais, il est pratiquement impossible d'étudier tous les individus d'une population c'est-à-dire d'effectuer un recensement. De plus, « l'échantillon doit présenter les mêmes caractéristiques que la population cible. En d'autres termes, qu'il soit représentatif parce que si ce n'est pas le cas, l'échantillon est biaisé » (Le Maux, 2012, p 15).

Dans le choix de la taille de l'échantillon, nous avons essayé de veiller à l'efficacité statistique, tout en prenant en considération les coûts qui lui sont liés. Notre échantillon est constitué d'une centaine de jeunes femmes étant en fin de cycle et dernier semestre lié à

leur formation et ce au niveau de l'université Abderrahmane Mira de Bejaia, de l'INSFP, du CFPA mixte et féminin.

Le choix de l'échantillon est effectué selon la méthode d'échantillonnage aléatoire simple et sans remise. Et d'une façon à reproduire les mêmes caractéristiques de la population cible. L'échantillon de 500 jeunes femmes étant en fin de cycle s'est voulu proportionnellement représentatif de l'ensemble des étudiantes étant en fin de cycle de leur formation au niveau de l'université de Bejaia, de l'INSFP et des deux CFPA mixte et féminin¹.

L'échantillon des 500 jeunes femmes entrepreneures, préalablement fixé, s'est voulu proportionnellement représentatif de l'ensemble de la communauté en fin de cycle universitaire et formation professionnelle. Le nombre de ces jeunes femmes stagiaires et étudiantes diffère d'une spécialité à une autre.

Pour cet aspect différentiel par spécialité de formation lié à la structure de notre échantillon, nous avons opté pour la méthode de l'échantillonnage stratifié. Celle-ci consiste « à diviser la population en question, en groupes homogènes (appelés strates), qui sont mutuellement exclusifs (selon le sexe, l'âge, le revenu...etc.). Et à partir de chaque strate, on sélectionne des échantillons indépendants pour laquelle on peut utiliser n'importe quelle des méthodes d'échantillonnage, elle peut varier d'une strate à une autre » (Le Maux, p 15). Dans notre cas, il s'agit de la division des groupes d'étudiantes et stagiaires en fin de cycle par spécialité, où une éventuelle intention ou création peut être née. Autrement dit, « la population-mère est d'abord divisée en strates (catégories homogènes selon un ou plusieurs critères, tels que revenu, statut professionnel, niveau de scolarité, spécialité...), puis dans chaque strate on tire un échantillon probabiliste. C'est une sorte de combinaison méthode des quotas/méthode probabiliste » (Aktouf, 1987, p 78).

L'échantillon total n'est plus représentatif, mais chacun des sous-échantillons des différentes strates l'est.

3.1.2.1. Présentation des établissements éducatifs choisis :

3.1.2.1.1. L'université Abderrahmane Mira de Bejaia

L'Université de Bejaia, existe depuis 1983 sous le statut de l'INES (Institut de l'enseignement supérieur) et n'a été promue université que depuis 1998. Elle compte en plus de 45 700 étudiants, 1714 enseignants et 1227 personnels techniques et administratifs, répartis sur huit facultés : Technologie - Sciences Exactes - Droit et Sciences Juridiques et Administratives - Sciences de Nature et de la Vie - Lettres et Langues - Sciences Humaines

¹ Nous nous sommes basés uniquement sur les spécialités où une éventuelle intention de création d'entreprises ou une création elle-même existent.

et Sociales - Sciences Économiques, Sciences de Gestion et Sciences Commerciales - Sciences Médicales¹.

Celle-ci compte 40 779 étudiants en 2015 et 1 334 en post graduation (Université de Bejaia, 2015) et 39 935 étudiants en 2014 (Université de Bejaia, 2014), soit une évolution en nombre de 884 étudiants en une année. Nous retrouvons, la répartition en nombre d'étudiants par faculté de 2014 à 2015

Tableau 51. Répartition et évolution du nombre d'étudiants par faculté de 2014 à 2015²

Faculté	Nombre d'étudiants en 2014	Nombre d'étudiants en 2015	Évolution en nombre d'étudiants
Technologie	8867	9186	319
Sciences exactes	3629	4091	462
Sciences de la nature et de la vie	3363	3854	491
Sciences économiques, commerciales et les sciences de gestion	6290	6315	25
Lettres et langues	8201	8117	-84
Sciences humaines et sociales	3780	4239	459
Droit	4599	4066	-533
Médecine	1206	911	-295
Total	39935	40779	844

Source : Construit à partir des données de l'université de Bejaia, 2014/2015.

3.1.2.1.2. L'INSFP³

L'institut national spécialisé de la formation professionnelle (INSFP) à Bejaia existe depuis octobre 1991, situé dans la ville de Bejaia à Ihaddaden sur la route des Aurès. Cet institut est un établissement public offrant différentes formations parmi celles citées dans le tableau ci-dessous.

¹ Pour plus d'informations voir <http://www.univ.bejaia.dz/universite/presentation/presentation>

² Pour plus de détails, voir annexe 3, tableau 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107 et 108.

³ Voir annexe 3, fiche technique 1.

Tableau 52. Répartition des spécialités par genre au niveau de l'INSFP de Bejaia en 2014/2015

Désignation	Sexe	
	Filles	Garçons
Spécialité		
Comptabilité et gestion	11	7
Voiries et réseaux divers	4	15
Secrétariat de direction	28	0
Documentation et archives	22	2
Gestion des ressources humaines	22	9

Source : INSFP de Bejaia

3.1.2.1.3. Le CFPA mixte¹

Le centre de formation professionnelle et d'apprentissage (CFPA) de Bejaia existe depuis 1974 et est localisé dans la commune de Bejaia. Ce centre dispense de différentes formations dont la coiffure pour dames, comptabilité et architecture.

Tableau 53. Répartitions des stagiaires de sexe féminin par spécialité en 2014/2015

Spécialité	Filles
Coiffure dame	18
Comptabilité	8
Architecture	4
Total inscrites	30

Source : CFPA mixte de Bejaia

3.1.2.1.4. Le CFPA féminin²

Le centre existe depuis 1984 et offre des formations dans différentes spécialités. Il assure deux types de formations, résidentielles et d'apprentissage. Parmi ces formations, nous retrouvons les spécialités indiquées dans le tableau suivant.

¹ Voir annexe 3, fiche technique 2.

² Voir annexe 3, tableau 109.

Tableau 54. Répartition de la formation résidentielle par genre en 2014/2015

Désignation	Sexe	
	Filles	Garçons
Spécialité		
Broderie	29	0
Prêt-à-porter	13	0
Secrétariat 1	32	0
Secrétariat 2	25	0
Agent transit	14	0
Info-programmation	27	0
GRH 1	19	5
GRH 2	17	8
Comptabilité	12	3
Total	188	16

Source.: CFPA féminin Bejaia

3.1.2.2. Échantillonnage et sous échantillonnage au niveau des établissements

Échantillonnage et sous échantillonnage au niveau de l'université

Sachant que le nombre de 2069¹ (100%) détermine le nombre d'étudiantes en fin de cycle de formations choisies, où une intention entrepreneuriale peut être née. Afin d'obtenir un seuil de confiance de 95% et une marge d'erreurs n'atteignant pas les 5%, nous utilisons cette formule de calcul : $n' = 385 / [1 + (385/N)]$. Soit un échantillon de 324 étudiantes au niveau de l'université.

La spécialité « Science de la nature et de la vie »

Selon les statistiques de l'année universitaire 2013/ 2014, nous avons 3363 étudiants inscrits en science de la nature et de la vie, 2786 sont des étudiantes, soit 287 étudiantes sont en fin de cycle.

Ainsi, le sous échantillon déterminé est de 45 étudiantes.

¹ Voir le détail des spécialités et la répartition du nombre des étudiants par spécialité au niveau de l'annexe 3, tableau 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107 et 108.

La spécialité « Droit et sciences politiques »

Le nombre d'étudiants inscrit dans cette spécialité est de 4599. Le nombre d'étudiantes est de 3130, soit 470 sont en fin de cycle. Dont 74 étudiantes en sous-échantillon.

La spécialité « Les sciences exactes »

Concernant les sciences exactes, le nombre total des étudiants est de 3629, 1920 sont des filles, le sous-échantillon est de 24 étudiantes,

La spécialité « Les sciences humaines et sociales »

3780 sont inscrits dans cette spécialité, dont 2337 soit 255 sont en fin de cycle, ainsi le sous-échantillon est de 40 étudiantes.

La spécialité « Lettres et langues »

8201 étudiants sont inscrits, dont 6122 sont des filles, 222 sont des femmes en fin de cycles choisies, soit un sous-échantillon obtenu de 35 étudiants.

La spécialité « Médecine »

1206 étudiants inscrits, dont 961 sont des femmes, 62 sont en fin de cycle, soit un sous-échantillon obtenu de 10 étudiantes.

La spécialité « Sciences économiques, commerciales et sciences de gestion »

6290 inscrits au total, 3160 sont des femmes, soit un sous-échantillon de 72 étudiantes.

La spécialité « Technologie »

Un total de 8867 pour 3063 qui sont des femmes, soit 171, ainsi l'échantillon Technologie de 27 étudiantes.

Nous obtenons au total, un échantillon de 327 étudiantes à enquêter au niveau de l'université Abderrahmane Mira de Bejaia.

L'INSFP

Les spécialités choisies sont Comptabilité et gestion, Voiries et réseau ainsi que la Gestion des ressources humaines. En suivant la même méthode d'échantillonnage que celle exposée précédemment, l'échantillon global est de 34 femmes dont 11 femmes en Comptabilité et gestion, 4 femmes en Voiries et réseaux divers et enfin 21 femmes en Gestion des ressources humaines. Et avec le calcul de sous-échantillons par spécialité, nous obtenons un échantillon final de 36 femmes à enquêter

Le CFPA mixte

Nous avons retenu un échantillon global de 29 femmes dont 17 dans la spécialité « Coiffure dame », 8 en comptabilité et 4 en architecture.

Le CFPA féminin

Les spécialités retenues sont la broderie, le prêt-à-porter, agent transit, l'informatique-programmation, GRH 1 et 2, comptabilité. Comme les stagiaires en « Agent de transit » et en « Informatique et programmation » avaient déjà terminés leur formation, nous nous retrouvons alors avec une population de 90 femmes.

L'échantillon global calculé est de 73 femmes et avec le calcul des sous-échantillon, nous obtenons un échantillon final de 74 femmes à enquêter.

3.2. Confection du questionnaire¹

Notre enquête vise à dresser un certain nombre de points caractérisant la femme potentiellement entrepreneure mais aussi à considérer les différentes contraintes socio-économiques rencontrées ainsi que les perspectives liées au développement de l'intention entrepreneuriale naissante ou existante chez la femme.

Nous avons élaboré un questionnaire composé d'un certain nombre de questions fermées et à choix multiples. Le choix des axes est motivé par le souci d'identifier le profil de la jeune femme diplômée potentiellement entrepreneure ou déjà entrepreneure et ce en détectant les différents obstacles socio-économiques rencontrés. Ces questions composent la définition des axes suivants.

3.2.1. L'identification de l'enquêtée (les jeunes femmes en fin de cycle de formation)

Dans ce premier axe, il s'agit de recueillir des données générales sur l'enquêtée, à savoir l'âge, le statut civil, la qualification professionnelle, l'activité principale exercée, les connaissances proches de femmes potentiellement entrepreneures ou déjà entrepreneures. Cet axe a fait l'objet d'une introduction auprès de l'enquêtée et sa situation générale vis-à-vis de sa formation ou de l'activité principale exercée.

3.2.2. Le rôle des institutions dans l'encouragement à la création d'entreprises féminines

Le deuxième axe contient des questions spécifiques à l'entrepreneure potentielle. Il vise à identifier l'intention entrepreneuriale naissante ou déjà existante chez les jeunes femmes en fin de cycle de l'université de Bejaia, de l'INSFP et des deux CFPA mixte et féminin ainsi que son encouragement par la société (entourage familial, amical et autres institutions participant à l'encouragement et au développement de l'entrepreneuriat féminin). Tout cela afin de connaître le profil de la femme potentiellement entrepreneure ou même déjà entrepreneure.

¹ Voir le questionnaire au niveau de l'annexe 5.

3.2.3. Données générales sur l'entreprise féminine

Il s'agit ici d'étudier et de collecter des données générales concernant l'entreprise créée s'il y'a lieu. Dans cet axe, nous nous intéressons au statut du répondant, ses motivations, ainsi que les caractéristiques liées à l'entreprise créée par l'enquêtée.

3.2.4. Démarches liées à la création de l'entreprise féminine et mode de gestion de l'entreprise

Dans ce dernier axe, nous retrouvons les conditions du déroulement de leurs démarches de création, à savoir le rôle des institutions dans leur accompagnement. Nous nous sommes aussi intéressés à leur besoins déterminés et valeurs phares de leurs entreprises.

Le questionnaire dispose d'un nombre variable de questions : fermées dichotomiques telle que la question : Connaissez-vous une femme désirant créer une entreprise ou a déjà créé son entreprise ? Ces questions obtiennent des réponses de « oui » ou de « non ». Les questions fermées à choix multiple telle que la question posée aux jeunes femmes présentant une idée de création mais n'ayant pas encore débutées leurs démarches de création : De quelle façon, votre entourage familial et/ou amical vous encourage-t-il à débiter vos démarches de création ? Les questions avec échelle d'attitude comme la question : Quel est le niveau de satisfaction que vous choisirez pour classer le système éducatif que vous avez eu durant votre formation scolaire et/universitaire ?

3.3. Administration du questionnaire et déroulement de l'enquête

Notre enquête de terrain a été réalisée du mois de mars 2014 au mois de mars 2015, soit une année d'enquête. Cela se justifie par le fait que la période de fin d'étude est différente entre l'université, l'INSFP et les deux CFPA mixte et féminin. L'enquête de terrain a dû nous prendre près de 8 mois afin de la réaliser et de la finaliser, le temps pris est dû au premier facteur que nous avons exposé lié à la période de fin d'étude au niveau des différents établissements liés aux différentes spécialités, mais aussi au nombre de jeunes femmes dans l'échantillon déterminé.

Nous avons consacré notre temps journalier tel un travail à temps pour la réalisation de cette enquête, nous avons mis l'enquête en pause durant la période des vacances mais quelques femmes ont accepté de nous rencontrer en dehors des établissements éducatifs.

Nous avons nous même réalisé et mené l'enquête sous forme d'entretien semi directif afin de poser toutes les questions et comprendre les réponses de chacune de ces enquêtées. L'une des techniques qualitatives nous permettant de collecter de l'information, faits et opinions des enquêtées, est de prendre un temps conséquent d'écoute pour les identifier, détecter leurs besoins et les encourager lors de la conclusion de chaque entretien.

Nous avons en effet rencontré un certain nombre d'obstacles dans la réalisation de l'enquête. A titre d'exemple, 7 jeunes femmes n'ayant pas accepté de répondre en exposant leur refus catégorique. Aussi, lors de nos entretiens avec les stagiaires du CFPA mixte

concernant la spécialité comptabilité, en raison de leur indisponibilité où, le responsable nous a demandé de distribuer les questionnaires plutôt que de nous entretenir avec elles. Lors de la récupération des questionnaires, nous n'avons pu récupérer qu'un nombre réduit de 4 questionnaires.

Nous présentons dans le tableau ci-dessous le bilan de l'enquête. Sachant que nous avons fait le choix d'omettre le traitement de 24 questionnaires en raison d'un nombre important de réponses manquantes.

Tableau 55. Bilan de l'enquête de terrain

Objet	Total
Échantillon théorique	500
Échantillon pratique (Seuil de confiance 95%)	466
Questionnaires administrés	493
Questionnaires récupérés	489
Taux de réponse	99,18%
Questionnaires exploitables	465

Source.: Construit à partir des résultats de l'enquête de terrain, 2015.

3.4. Méthodes d'analyse des données

Les données collectées ont fait l'objet d'un traitement à l'aide de deux logiciels (SPSS et XLSTAT). Ces deux logiciels nous ont permis de procéder d'abord à l'analyse descriptive des données et puis de procéder à l'analyse multidimensionnelle en appliquant la méthode de l'analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM).

3.4.1. L'analyse descriptive des données

Cette analyse descriptive (tri à plat) des données, nous a permis de faire ressortir un certain nombre de caractéristiques liées à la femme enquêtée, qu'elle soit déjà entrepreneure ou potentiellement entrepreneure. Nous l'avons réalisé à l'aide du logiciel SPSS version 10. Cette analyse est réalisée dans le but de connaître les fréquences des réponses de ces femmes potentiellement entrepreneures ou déjà créatrices de leurs propres entreprises et de connaître les différentes caractéristiques qui définissent leurs entreprises ainsi créées.

3.4.2. L'analyse factorielle des correspondances multiples

De plus, nous avons réalisé une « AFCM » du moment que cette méthode peut s'appliquer sur un nombre multiple de variables qualitatives ; notre étude et notre questionnaire compte 90 variables. Notre travail consiste alors à choisir les variables les plus importantes afin de faire ressortir différentes classes qui définissent le profil des femmes potentiellement entrepreneures enquêtées dans un premier temps, après, une autre sorte de profil lié aux femmes déjà entrepreneures. Et cela en travaillant sur le logiciel XLSTAT.

En effet, le nombre de variables qui ont contribué à la détermination du profil de la femme entrepreneure potentielle est de 17 variables : l'âge (Âge), l'état matrimonial (E matri), niveau d'instruction (N Instruction), désir de création (D création), statut préféré (S statut), Idée de création (Idée). Aussi, début des démarches de création (D démarches), Module motivant (Module), Fonction la plus répandue des femmes membre de leur famille (FFMF), besoin en formation (B formation), besoin financier (B financier), besoin de conseils (B conseils). Pour les aides pouvant être reçues : aide reçue sur le plan financier (Aide Fin), en termes d'idées (Aide idée), sur le plan psychologique (Aide Psycho), ou une aide en leur offrant un capital social (Aide CS) et enfin leur participation aux activités entrepreneuriales existantes au sein de leur familles (PAE).

S'agissant du nombre de variables sélectionnées pour la définition du profil de la femme déjà entrepreneure, il est de 15 variables, à savoir : « Âge », « E matri », « N Instruction », « Statut » définissant leur statut en tant que femme entrepreneure. « Raisons » les ayant motivées vers le passage à l'acte entrepreneuriale, « Capital » désignant leur capital de départ, « CA » Chiffre d'affaire, « Déclaration » à savoir celle de l'entreprise, « Secteur » le secteur d'activité choisi et son « Effectif », leurs « Besoins » ressentis, leur « VP » valeurs phares, « Module » les ayant motivées, « FFMF » s'agissant de la fonction la plus répandue pour les femmes membres de leur familles ainsi que leur participation au bon déroulement des activités entrepreneuriales existantes au sein de leurs familles « PAEF ».

Ces variables sont : la date de création (DC), le capital d'investissement de départ (DIC), le chiffre d'affaire (CA), le statut du répondant (SR), le secteur d'activité (SAC), l'effectif (EFF), le type du financement initial (FIN), les organismes auxquels elles font appel (ORG), l'âge (AGE), la situation familiale (DF), le niveau d'instruction (NI), le secteur d'activité antérieur (SECA).

Conclusion

Nous avons présenté tout au long de ce chapitre notre contexte d'étude, à savoir la région de Bejaia notamment les données relatives à la population, à l'emploi et aux entreprises mais aussi l'enquête de terrain que nous avons menée dans cette région, précisément les

objectifs visés, l'échantillonnage, le questionnaire ainsi que les conditions de déroulement de l'enquête. Notre enquête de terrain a ainsi porté sur les jeunes femmes en fin de cycle au niveau de quatre établissements différents, l'université de Bejaia, l'institut national spécialisé de la formation professionnelle, le centre de formation professionnelle et d'apprentissage mixte ainsi que le centre de formation professionnelle et d'apprentissage féminin. L'enquête s'est déroulée au cours de l'année 2014 et 2015 et a concerné initialement un échantillon de 500 femmes. Nous avons ainsi extrait notre échantillon en respectant un seuil de confiance de 95%. Ainsi, l'échantillon final est de 466 jeunes femmes. Le nombre d'enquêtées atteint est de 465 jeunes femmes.

Enfin, il y'a lieu de rappeler que les organismes officiels au niveau local ne disposent pas de statistiques ventilées selon le genre et le peu de statistiques qui existent (ou du moins accessibles) ne sont pas très fiables. Cela justifie le recours à l'enquête de terrain sur un sujet insuffisamment exploré et étudié. Au-delà des besoins spécifiques de notre étude, cette enquête contribue à pallier le manque d'informations et de données sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia.



Chapitre 4 :

L'entrepreneuriat féminin à Bejaia : caractéristiques générales, typologie et contraintes

Chapitre 4 : L'entrepreneuriat féminin à Bejaia : caractéristiques générales, typologie et contraintes

Nous avons montré dans le chapitre précédent consacré à l'analyse de l'entrepreneuriat en Algérie que les données sur l'entrepreneuriat féminin sont rares et lacunaires. Les données générales sur l'entrepreneuriat ne sont pas toujours détaillées selon le genre d'où la difficulté de cerner et d'analyser l'activité entrepreneuriale des femmes. Cette situation nous a contraints à réaliser nous même une enquête de terrain en vue de collecter des données sur le phénomène entrepreneurial chez les femmes dans la région de Bejaia.

Cette étude empirique vise ainsi à combler les lacunes en matière de données et d'informations sur un phénomène peu exploré et aussi et surtout à cerner, grâce aux données du terrain, les caractéristiques générales des femmes entrepreneures, de dresser les profils de celles-ci et d'identifier les principaux facteurs qui contraignent leur activité ou qui les empêchent de créer ou de développer une activité entrepreneuriale.

Le chapitre est composé de trois sections. La première section consiste à présenter et interpréter les statistiques descriptives obtenues de l'enquête réalisée auprès des jeunes femmes étant en fin de cycle de formation, au niveau des quatre établissements retenus (université Abderrahmane Mira de Bejaia, INSFP et des deux centres de formation professionnelle CFPAM et CFPAP au niveau de Bejaia). Durant notre enquête de terrain, les informations ont été collectées via des entretiens semi-directifs, ce qui nous a permis de collecter des informations exhaustives en justifiant davantage leurs réponses dans leur contribution durant la réalisation de l'enquête de terrain effectuée. Dans la deuxième section, nous proposons une typologie des femmes potentiellement entrepreneures grâce à une analyse multidimensionnelle (analyse factorielle des correspondances multiples) appliquée à l'échantillon des femmes entrepreneures. La troisième et dernière section présente une typologie plus large des jeunes femmes entrepreneures au niveau de la région de Bejaia, en mobilisant les données d'enquête.

Les différentes analyses statistiques ont été faites grâce au logiciel XLSTAT et le logiciel SPSS.

1. Les caractéristiques générales des jeunes femmes enquêtées

Cette section vise à cerner les caractéristiques générales des femmes enquêtées par une analyse descriptive des données issues de l'enquête.

1.1. Profil sociodémographique des femmes entrepreneurs

Tableau 56. Caractéristiques sociodémographiques des femmes de l'échantillon

Désignation	Nombre	%
Age (en tranches)		
18 ans	3	0,6
20-24 ans	289	62,2
25-29 ans	162	34,8
30 ans et plus	11	2,4
Total	465	100
Etat matrimonial		
Célibataire	248	53,3
En couple	113	24,3
Fiancée	67	14,4
Mariée	33	7,1
Divorcée	4	0,9
Total	465	100
Niveau d'instruction		
Supérieur	404	86,9
Secondaire	35	7,5
Moyen	21	4,5
Primaire	4	0,9
Aucun	1	0,2
Total	465	100
Qualification professionnelle		
Oui	264	56,8
Non	201	43,2
Total	465	100

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Plus de la moitié des femmes entrepreneurs (62,2%) sont très jeunes (âgées entre 20 et 24ans) et un tiers d'entre elles (34,8%) est âgé entre 25 et 29 ans. 11 femmes (soit 2,4%) sont âgées de 30 ans et plus et seulement 3 femmes (soit 0,6%) ont un âge inférieur à 20 ans (18 ans).

Moins d'une femme sur 10 (7,1%) est mariée ; une femme sur quatre (24,3%) vit en couple et près de 7 femmes sur 10 (14,4%+53,3%) sont respectivement fiancées et célibataires. Le statut matrimonial, comme nous le verrons plus loin, présente une relation directe avec la culture et l'intention entrepreneuriale. Le statut de célibataire qui concerne plus de la moitié des femmes de notre échantillon est un facteur qui influe positivement sur le développement de l'entrepreneuriat féminin.

Le capital humain joue également un rôle décisif dans le développement de l'entrepreneuriat féminin. Plus de 85% des femmes enquêtées disposent d'un niveau supérieur ; 7,5% ont un niveau secondaire ; seulement 4,5% ont un niveau d'étude moyen et à peine 1% ont niveau primaire (0,9%) ou ne disposant d'aucun niveau (0,2%).

Plus de la moitié des femmes de l'échantillon (56,8%) disposent d'une qualification professionnelle. La formation couramment indiquée est l'informatique car l'utilisation de l'outil informatique est indispensable de nos jours même pour

l'exécution des tâches les plus simples. Il y a aussi la formation en informatique et langues étrangères (7,7%) (Voir tableau 101, Annexe 4). Ainsi, le choix de la formation en langues étrangères s'explique par l'intérêt porté aux nombreuses opportunités à saisir, dans le monde du travail mais aussi dans la perspective des études à l'étranger.

1.2. Caractéristiques relatives à l'emploi

Tableau 57. Caractéristiques de l'emploi occupé

Désignation	Nombre	%
Exercice d'une activité à titre principal		
Non	366	78,7
Oui	99	21,3
Total	465	100,0
Type d'activité exercée		
Indépendante	38	8,2
Employée/ ouvrière	29	6,2
Aide familial	23	4,9
Apprentie	4	0,9
Saisonnrière	3	0,6
Cadre/Maîtrise	1	0,2
Stagiaire	1	0,2
N'est pas concernée	366	78,7
Total	465	100,0
Régularité du travail		
Permanent	5	1,1
N'est pas concernée	366	78,7
Total	465	100,0
Profession antérieure		
Même profession	50	10,8
Employée/ouvrière	30	6,5
Aide familial	14	3,0
Indépendante (à compte propre)	7	1,5
À la recherche d'un emploi	5	1,1
En stage	2	0,4
Apprentie	1	0,2
N'est pas concernée	356	76,6
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Un peu plus d'un cinquième (21.3%) des femmes de l'échantillon déclarent exercer une activité principale et relèvent ainsi de la population active occupée. Pour le reste (67,1%), elles sont soit en cours de scolarité ou femmes au foyer (1,5%) ou encore à la recherche d'un emploi (7,1%) ou encore privées de travail par un des membres de leurs familles (6 femmes)¹ ou au foyer (28% au total. Enfin, 0,4% d'entre elles dispose d'un emploi qui commence plus tard et 0,2% sont en stage².

Parmi ces femmes qui travaillent, 38 (soit 8,2%) déclarent exercer une activité indépendante (à compte propre) et 29 (soit 6,2%) sont employées et 23 (soit 4,9%)

¹ Cependant, même si cette part est faible, cela renseigne sur les femmes pouvant exercer leur influence au sein d'un village, créant ainsi des obstacles à l'indépendance féminine et au développement de l'entrepreneuriat féminin.

² 1,1% ne désirent pas travailler pour le moment, 0,6% de ces femmes ne se sentent pas prêtes, faute d'expérience professionnelle

exercent une activité principale en tant qu'aide familial. Une portion certes faible mais non négligeable car celles-ci exercent un rôle important dans le développement des entreprises déjà existantes et qu'elles sont éventuellement susceptibles de reprendre sous leur contrôle plus tard. Les apprenties et les saisonnières représentent respectivement 0,9% et 0,6% des femmes travailleuses.

Seulement 5 femmes sur 99 (soit 1,1%) déclarent exercer une activité principale permanente. Les 99 femmes exerçant une activité principale, 94 ont une activité non permanente.

Parmi les types d'activités¹ antérieures exercées², nous retrouvons la modalité «Aide familial» (la plus importante), suivie par l'activité de «Vendeuse», «Apprentie», et «Saisonnière». Deux types d'activité sont répandus au niveau des résidences universitaires : la coiffure pour étudiante et la location de puces téléphoniques (puce Djezzy et Mobilis). Nous allons voir quelques-unes de ces activités indépendantes informelles dans le point portant sur les données générales sur l'entrepreneure et l'entreprise féminine.

La femme³ ayant créé et géré un Cyber café à son compte a déclaré avoir demandé une aide financière auprès de l'ANSEJ. 366 femmes sur 465 (soit 78,7%) n'exercent aucune activité principale. Nous allons à présent analyser les raisons de la-non-activité dans ce qui suit.

Tableau 58. Raison de non-exercice d'une activité à titre principal

Désignation	Nombre	%
En cours de scolarité	307	66
À la recherche d'un emploi	33	7,1
Femme au foyer	7	1,5
Chose interdite par l'un des membres de ma famille	6	1,3
Ne désire pas occuper un poste pour le moment	5	1,1
Ne se sent pas prête, manque d'expérience	3	0,6
En cours de création de ma propre entreprise	2	0,4
Dispose d'un emploi qui commence plus tard	2	0,4
N'est pas concernée	99	21,3
Total	465	100

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Comme nous l'avons déjà mentionné, la raison principale de non-exercice d'activité s'explique par le fait que ces femmes soient en cours de scolarité, ou à la recherche d'emplois ou encore femmes au foyer. Celles-ci déclarent que leur statut en tant que femmes⁴ mariées, les empêche d'exercer une activité professionnelle car elles

¹ Nous allons voir quelques-unes de ces activités indépendantes informelles dans le point portant sur les données générales sur l'entrepreneure et l'entreprise féminine.

² Voir tableau 111, annexe 4

³ Celle-ci travaillant au niveau de la même institution (ANSEJ) a facilement eu l'accès au fonds car sa demande a été acceptée rapidement. Une très petite entreprise de 1-9 employés qu'elle a créé mais qu'elle a par la suite arrêté car les membres de sa famille s'emparaient de tous ses revenus obtenus grâce à cette activité. Ce comportement de la part de ses membres de sa famille l'a poussé à abandonner.

⁴ La réponse (raison familiale) est majoritaire (61,3%) lorsqu'on demande aux femmes, les raisons pour lesquelles, elles n'ont pas effectué des recherches du travail dans le dernier mois (BIT, 2017).

sont toujours occupées par leurs tâches ménagères¹. Spécifiquement pour celles vivant avec leur belle famille, celles-ci déclarent que leur tâche est encore plus dure car selon la culture ambiante, ces femmes doivent se montrer obéissantes et prendre soin de tous les membres de leur belle-famille. Une culture définissant les tâches ménagères sous la responsabilité des femmes en général et sous la responsabilité des nouvelles mariées au sein de leur vie partagée avec leur belle famille.

1,3% des femmes déclarent que le fait d'exercer une activité professionnelle rémunérée, susceptible de leur procurer une indépendance financière, sont privées de travail par l'un ou plusieurs membres de leur famille.

Concernant la source de revenu supplémentaire, 64,3% des femmes (travaillant ou non) déclarent avoir une source de revenu supplémentaire.

Quelques-unes des femmes recevant une bourse déclarent que cette dernière est retirée et gérée par un membre de sexe masculin de leur famille.

Ainsi, dans une telle société patriarcale, ces femmes paraissent très dépendantes du sexe masculin (père, époux, frère...).

Tableau 59. Autre source de revenus

Désignation	Nombre	%
Autres sources de revenus		
Oui	299	64,3
Non	166	35,7
Total	465	100,0
Types « autres sources de revenus »		
Prise en charge par mes parents	237	51,0
Non à part la bourse et argent de poche offert par ma famille	48	10,3
Non à part mon argent de poche offert par ma famille	46	9,9
Non à part son fiancé ou son époux	31	6,7
"Argent de poche de la part du papa"	28	6,0
Non à part ma bourse d'étude	22	4,7
Argent de poche de la part de mon grand frère	3	0,6
Travail à domicile	2	0,4
"Argent de poche de la part de mes grandes sœurs"	2	0,4
"Argent de poche de la part de la maman"	2	0,4
Activités sportives	1	0,2
Aide familial	1	0,2
Transfert de membres de famille à l'étranger	1	0,2
N'est pas concernée	41	8,8
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

¹ En Algérie, selon les données de 2012 du ministère des Finances, les femmes consacrent en moyenne 20 heures aux tâches domestiques contre 3 heures pour les hommes (Ehlermann, 2015/2016).

1.3. Prédilection à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise, réseaux et obstacles

La moitié des femmes enquêtées connaissent au moins une femme entrepreneure dans leur entourage. Le pourcentage le plus élevé est représenté par un lien familial proche avec un taux de 15,5%, familial lointain avec 14,2%, amical avec 9,7%. 32% d'entre elles souhaitent s'associer avec ces dernières dans le cas où une opportunité se présente, une preuve de volonté potentiellement entreprenante.

Tableau 60. Prédilection à l'entrepreneuriat

Désignation	Nombre	Part %
Connaissance d'une femme désirant créer une entreprise ou ayant déjà créé une entreprise		
Oui	233	50,1
Non	232	49,9
Total	465	100,0
Le lien de parenté avec la femme entrepreneure		
Membres de la famille proche	72	15,5
Membre la famille lointaine	66	14,2
Membre des amis	45	9,7
Amies et voisines	29	6,2
Membre de la famille et des amis	24	5,2
N'est pas concernée	229	49,2
Total	465	100,0
Désirez-vous, vous associer avec cette femme entrepreneure ?		
Oui	149	32,0
Non	82	17,6
On n'est pas du même domaine	5	1,1
N'est pas concernée	229	49,2
Total	465	100,0
Quel est le nombre de femmes que vous connaissez ?		
3 - 10 femmes	218	46,9
1 ou 2 femmes	90	19,4
Plus de 10 femmes	82	17,6
Aucune connaissance	75	16,1
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

S'agissant de l'intention entrepreneuriale, plus de 75% des femmes enquêtées désirent créer leur propre entreprise. 69% d'entre elles le confirment encore en préférant le statut indépendant au statut de salarié. Plus de 11% (soit 54 femmes) ont déjà eu une expérience en matière de création d'entreprise. Parmi ces dernières, près de 4 femmes sur 54 ont abandonné leur entreprise pour cause de mariage. 41 de ces femmes diplômées déclarent exercer une activité indépendante plutôt informelle. Plus de la moitié possède déjà une idée de création. L'obstacle le plus souvent soulevé est le problème de financement. Plus de 40% de ces femmes présentant une idée de création sont encouragées par leur entourage familial et amical. Elles affichent un

pourcentage élevé en ce qui concerne l'aide psychologique et l'appui financier. 10,5% de ces femmes, une part restante à ne pas négliger. Nous allons vérifier cette part avec les femmes n'ayant pas d'idées de création.

Tableau 61. Création de sa propre entreprise : désir, statut et expérience

Désignations	Fréquence	Part (%)
Le désir de création de sa propre entreprise		
Oui	353	75,9
Non	111	23,9
Pour une entreprise familiale, oui	1	,2
Total	465	100,0
Le statut préféré		
Indépendant	321	69,0
Dépendant	142	30,5
N'est pas concerné	2	,4
Total	465	100,0
Avez-vous connu l'expérience de création d'une entreprise ?		
Oui	54	11,6
Non	411	88,4
Total	465	100,0
Si oui, pourquoi vous n'êtes plus chef d'entreprise actuellement ?		
Vous exercez une activité indépendante mais informelle	41	8,8
Vous avez besoin d'un financement que vous n'arrivez pas à obtenir	5	1,1
Vous vous êtes mariée	4	0,9
Vous avez fait faillite et vous avez peur de recommencer	3	0,6
Activité saisonnière	1	0,2
N'est pas concernée	411	88,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Parmi les femmes ayant une idée de création¹, 16 déclarent être au début de leurs démarches pour la création de l'entreprise ; 246 déclarent avoir une idée de création mais ne passent pas à l'acte de création. 197 sur les 246 femmes sont encouragées par leur entourage afin d'entamer leurs démarches de création.

Ces encouragements consistent soit en une aide psychologique (34%), soit en proposition d'idées (24,5%), soit en une aide financière (20,2%) ou encore en une offre de capital social (10,1%). En revanche, 49 femmes présentant une idée de création ne bénéficient d'aucun encouragement de la part de leur entourage.

Nous nous sommes également intéressés aux femmes n'ayant pas d'idées de création pour voir si elles reçoivent des encouragements de la part de leurs familles, de leurs amis pour se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. 20,6 % n'ayant pas d'idées de création sont encouragées et soutenues par leur entourage. Nous retrouvons pratiquement à la même portion, 23%% ne le sont pas.

¹ Pour plus d'informations et de détail, voir le tableau 112 en annexe 4 « Création d'entreprise : Idée, obstacles et attentes ».

Tableau 62. Incitations et encouragements à la création d'entreprise au sein du milieu familial

Désignation	Nombre	%
Dans le cas de l'absence de l'idée de création, Y'a-t-il au moins une personne dans votre entourage qui vous encourage à prendre l'initiative de création d'entreprise ?		
Oui	96	20,6
Non	107	23
N'est pas concernée	262	56,3
Total	465	100,0
Dans le cas d'absence d'idée, Votre entourage, vous encourage-t-il sur le plan financier ?		
Oui	40	8,6
Non	163	35,1
N'est pas concernée	262	56,3
Total	465	100,0
Dans le cas d'absence d'idée, Votre entourage, vous encourage-t-il en vous proposant des idées de création ?		
Oui	52	11,2
Non	151	32,5
N'est pas concernée	262	56,3
Total	465	100,0
Dans le cas d'absence d'idée, Votre entourage, vous encourage-t-il psychologiquement ?		
Oui	61	13,1
Non	142	30,5
N'est pas concernée	262	56,3
Total	465	100,0
Dans le cas d'absence d'idée, Votre entourage, vous encourage-t-il en vous assurant un capital social?		
Oui	13	2,8
Non	190	40,9
N'est pas concernée	262	56,3
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

8,6% des femmes sont encouragées sur le plan financier même si elles ne présentent pas d'idées de création ; 11,2% reçoivent des propositions d'idées ; 13,1% une aide psychologique et seulement 2,8% du capital social.

6 femmes parmi les 16 ayant débuté leurs démarches de création d'entreprise ne sont pas encouragées par leur entourage. Ainsi, elles peuvent facilement abandonner, vu le poids de la culture locale poussant à arrêter le processus de création induisant ainsi une perte de richesse économique potentielle pouvant participer au développement économique de la région de Bejaia et même du pays.

Tableau 63. Encouragements au lancement de l'activité au sein du milieu familial

Désignation	Nombre	Part %
Si vous avez débuté vos démarches, y'a-t-il au moins une personne dans votre entourage familial ou amical qui vous encourage dans vos démarches de création ?		
Oui	10	2,2
Non	6	1,3
N'est pas concernée	449	96,6
Total	465	100,0
S'il existe une personne qui vous encourage une fois les démarches de création débutées, de quelle façon le fait-elle ?		
Pas d'encouragement ni de la part de sa famille ni de ses amis	6	1,3
Des idées proposées	3	0,6
Elle reçoit des encouragements dans tous les côtés	2	0,43
Financièrement, idées proposées et psychologiquement	2	0,4
Financièrement + idées proposées	1	0,2
Financièrement + capital social	1	0,2
Vous mets en contact avec des personnes occupant des postes de haute responsabilité pour vous aider (Capital social)	1	0,2
N'est pas concernée	449	96,6
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Ces femmes sont plus encouragées par le fait que leur entourage leur propose des idées afin d'élargir leur champ de créativité mais celui-ci peut influencer dans deux sens. La femme n'ayant pas d'idées pertinentes sera aidée sur ce plan mais une femme ayant déjà beaucoup d'idées, elle peut être influencée négativement car elle peut être perturbée dans ses choix et sa prise de décision *in fine*.

12 des femmes ayant débuté leurs démarches de création rencontrent des obstacles durant leurs démarches de création. Le principal obstacle rencontré est d'ordre socioculturel¹. 4 femmes sur 16 rencontrent des difficultés au niveau socioculturel.

¹ Souvent leur activité n'est pas prise au sérieux. Aussi, par les rapports socio-culturels, les clients adoptent un comportement dépassant l'aisance de prendre leur temps de payer, ou même dans certains cas, ne pas payer carrément. Ou encore, le fait que ces femmes ne jouissent pas entièrement de leur autonomie financière construite à partir de ces activités, le profit réalisé se trouve dépensé par l'ensemble de la famille.

Tableau 64. Obstacles rencontrés durant les démarches de création

Désignation	Nombre	%
Obstacles rencontrés durant les démarches de création		
Oui	12	2,6
Non	4	0,9
N'est pas concernée	449	96,6
Total	465	100,0
Types d'obstacles rencontrés durant les démarches de création d'entreprise		
Au niveau socioculturel	4	0,9
Bureaucratique	2	0,4
Du local	1	0,2
Formation d'élevage (Loin de mon domicile)	1	0,2
Les études (manque de temps)	1	0,2
Au niveau bureaucratique et socioculturel	1	0,2
Au niveau financier, familial et socioculturel	1	0,2
Au niveau financier, bureaucratique et socioculturel	1	0,2
N'est pas concernée	453	97,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

1.4. Besoins et conditions de réussite selon les femmes interrogées

Les femmes interrogées et présentant une prédisposition à la création d'entreprises ont fait part de leurs divers besoins et de leur importance dans leur projet entrepreneurial.

Le besoin d'appui en matière de formation est évoqué par plus de 30% des femmes. 46% insistent sur le besoin en matière d'appui financier et 48,6% mettent l'accent sur le besoin d'idées et de conseils. Près d'un quart des femmes (24%) désirent un appui technique et matériel et enfin 0.9% seulement expriment un besoin de plus d'expériences. Il paraît ainsi que les besoins financiers et en matière de conseils sont déterminants et conditionnent la réussite des projets entrepreneuriaux des femmes.

Tableau 65. Les besoins et attentes des « futures femmes entrepreneures » (annexe)

Désignation	Nombre	%
Besoin d'appui en formation		
Oui	142	30,5
Non	320	68,8
N'est pas concernée	3	0,6
Total	465	100,0
Besoin d'appui financier		
Oui	217	46,7
Non	245	52,7
N'est pas concernée	3	0,6
Total	465	100,0
Besoin d'appui technique et matériel		
Oui	111	23,9

Non	351	75,5
N'est pas concernée	3	0,6
Total	465	100,0
Besoin d'idées et de conseils		
Oui	226	48,6
Non	236	50,8
N'est pas concernée	3	0,6
Total	465	100,0
Besoin d'expérience		
Oui	4	0,9
Non	458	98,5
N'est pas concernée	3	0,6
Total	465	100,0
Besoin de capital social		
Oui	2	0,4
Non	460	98,9
N'est pas concernée	3	0,6
Total	465	100,0
Besoin de plus de liberté		
Oui	4	0,9
Non	458	98,5
N'est pas concernée	3	0,6
Total	465	100,0
Besoin d'une équipe de professionnels		
Oui	1	0,2
Non	461	99,1
N'est pas concernée	3	0,6
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

1.5. Les valeurs de l'entrepreneuriat féminin

Les femmes potentiellement entrepreneures évoquent un certain nombre de valeurs qu'elles souhaitent intégrer au sein de leur future entreprise : Il s'agit des valeurs suivantes : la satisfaction des clients, la qualité, la confiance, l'esprit d'équipe, le sens des responsabilités, la maximisation des bénéfices, la vision à long terme, le goût du travail et le management participatif.

Trois valeurs sur lesquelles ces femmes insistent : la satisfaction des clients, la qualité du service ou du produit offert. Ainsi que l'esprit d'équipe et le fait de faire participer ses employés dans la gestion de l'entreprise, une valeur traduite par le management participatif (Légaré et St-Syr, 2000, p 13,14). Le bénéfice et le mode de gestion sont considérés comme des éléments secondaires. Leur attention est plus axée sur l'aspect humain et l'aspect relationnel que sur l'aspect économique de l'activité.

Tableau 66. Les valeurs phares de la femme entrepreneure

Désignation	Nombre	%
Satisfaction des clients		
Oui	301	64,7
Non	164	35,3
Total	465	100,0
La qualité		
Oui	229	49,25
Non	236	50,75
Total	465	100,0
L'esprit d'équipe		
Oui	111	23,9
Non	354	76,12
Total	465	100,0
Vision à long terme		
Oui	76	16,3
Non	389	83,7
Total	465	100,0
Confiance		
Oui	184	39,6
Non	281	60,4
Total	465	100,0
Sens des responsabilités		
Oui	123	26,5
Non	342	73,5
Total	465	100,0
Goût du travail		
Oui	70	15,1
Non	395	84,94
Total	465	100,0
« Management participatif » (Faire participer les employés dans la gestion de l'entreprise)		
Oui	55	11,8
Non	410	88,17
Total	465	100,0
Maximisation du bénéfice		
Oui	105	22,6
Non	360	77,41
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

1.6. Les prédispositions familiales à l'entrepreneuriat

La fonction la plus répandue au sein de leurs familles est chef d'entreprise. Mais celle-ci mentionnent que ces activités entrepreneuriales sont majoritairement informelles.

Tableau 67. La fonction la plus répandue dans votre famille élargie

Désignation	Nombre	%
La fonction la plus répandue dans votre famille élargie		
Chefs d'entreprise	168	36,1
Fonctionnaires	167	35,9
Enseignants	88	18,9
Ouvriers	28	6,0
Cadre	14	3,0
Total	465	100,0
La fonction la plus répandue pour les femmes membres de votre famille élargie		
Autres fonctionnaires	142	30,5
Femmes au foyer	120	25,8
Travail à domicile (Indépendante informelle)	84	18,1
Enseignantes	80	17,2
Chefs d'entreprise	31	6,7
Ouvrières	4	0,9
Cadre	3	0,6
Enseignantes et autres fonctionnaires	1	0,2
Total	465	100,0
Avez-vous comme mère, père, frère ou sœur étant chef d'entreprise ou exerçant une activité dont les fonctions sont similaires ?		
Oui	226	48,6
Non	239	51,4
Total	465	100,0
Si oui, ce dernier vous permet-il de participer au bon fonctionnement et déroulement des tâches dans l'entreprise ?		
Oui	134	28,8
Non	87	18,7
N'est pas du même domaine	3	0,6
Domaine masculin	2	0,4
N'est pas concernée	239	51,4
Total	465	100,0
Si oui, êtes-vous seulement un aide familial ou vous êtes recrutée en tant qu'employée ?		
Aide familial	129	27,7
Simple employée	5	1,1
N'est pas concernée	331	71,2
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Plus spécifiquement, la fonction la plus répandue pour les femmes membres de leurs familles est celle de fonctionnaires. La mention « autres fonctionnaires » sert à distinguer les femmes enseignantes des autres fonctionnaires. Nous remarquons que seul l'enseignement occupe sa place auprès de plus de la moitié des femmes en général. Près de la moitié des femmes enquêtées ont au sein de leur famille un chef d'entreprise. Une part pouvant participer à la naissance potentielle de l'esprit entrepreneurial chez une femme au sein d'une famille exerçant des activités liées à l'entrepreneuriat.

134 (soit près de 29%) des 226 de ces femmes, participent au bon fonctionnement et déroulement des tâches dans l'entreprise, 3 femmes déclarent qu'elles ne sont pas du même domaine et qu'elles désirent seulement exercer dans leur domaine de formation. 2 femmes mentionnent que c'est un domaine masculin¹. Cependant, ce nombre reste très faible, ce qui fait que l'influence dans ce sens se minimise.

Près de 28% des femmes enquêtées participent aux tâches au sein des activités entrepreneuriales de leurs membres de famille, mais, celles-ci le font en tant qu'aide familial. Seulement 1.1% de ces femmes sont employées en tant que telles au sein de ces entreprises. Nous soulignons l'existence de l'activité principale exercée par ces femmes, cependant, le fait de l'exercer en tant qu'aide familiale ne leur apporte pas toujours et systématiquement un revenu, ce qui explique leurs besoins ressentis sur le plan financier. Ainsi, ces femmes restent dépendantes par le fait qu'un de leur membre de famille entrepreneur pour qui elles travaillent comme aides familiales, subvient à leurs besoins sans pour autant leur offrir un revenu et une indépendance dans leurs dépenses bloquant ainsi leur autonomie financière et professionnelle.

Par ailleurs, la participation de ces femmes en tant qu'aides familiales peut être considérée comme une initiation à l'entrepreneuriat et au développement de la culture entrepreneuriale chez ces dernières.

1.7. Les prédispositions éducatives à l'entrepreneuriat

Les enseignements ayant trait à l'entrepreneuriat et à fortiori les formations dédiées à l'entrepreneuriat favorisent fortement l'acte entrepreneurial.

Près de 53% des femmes déclarent qu'elles ont reçu un enseignement dans le domaine de l'entrepreneuriat, ce qui est de nature à les aider à se lancer dans l'acte entrepreneurial.

¹ Cela veut dire que la culture au sein de la société participe à la distinction des activités dites féminines ou masculines.

Tableau 68. Initiation et formation à l'entrepreneuriat

Désignation	Nombre	%
Avez-vous bénéficié d'un module durant votre parcours scolaire qui vous aide actuellement à franchir le pas vers l'acte d'entreprendre ?		
Oui	246	52,9
Non	219	47,1
Total	465	100,0
Si oui, à quel niveau ?		
Au niveau supérieur	195	41,9
Formation professionnelle	22	4,7
Au secondaire	11	2,4
Au moyen	5	1,1
A tous les niveaux	7	1,5
Au secondaire et au niveau supérieur	5	1,1
Au primaire	1	0,2
N'est pas concernée	219	47,1
Total	465	100,0
Avez-vous bénéficié d'une formation en entrepreneuriat ou en relation avec ce domaine, ces dernières années		
Oui	61	13,1
Non	404	86,9
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Près de 42% de ces femmes déclarent avoir reçu un enseignement sous forme de module dédié à l'entrepreneuriat au cours de leur cursus universitaire ; Seulement 4,7% au niveau de leur formations professionnelle, et encore 2,4% au niveau secondaire

Parmi les modules enseignés et relatifs à l'entrepreneuriat, il y a lieu de citer la gestion des entreprises. La GRH¹, le droit, le management et projets d'investissement, le marketing et le droit de la famille (Tableau 113, Annexes 4). Le droit est cité parmi les autres modules liés au management et marketing car ces femmes désirent se lancer et entreprendre en ouvrant un cabinet d'avocat, une entreprise comme personne physique.

Seulement 13.1% déclarent avoir reçu une formation en entrepreneuriat ou en relation avec ce domaine. Cette proportion est très faible face à l'échantillon approché au regard des 75,9% des femmes ayant le désir de créer une entreprise et des 69% des femmes préférant le statut d'indépendant.

Le désir de faire appel à un établissement chargé de l'enseignement afin de bénéficier d'une formation liée à l'entrepreneuriat est présenté par plus de 67% des femmes enquêtées. Comme le désir de formation est présent, alors la part des 86,9% des femmes n'ayant pas bénéficié de formation liée à l'entrepreneuriat s'explique notamment par le manque de pouvoir lié au financement.

¹ Gestion des Ressources Humaines

Tableau 69. Désir de formation et obstacles

Désignation	Nombre	%
Désir de faire appel à un établissement chargé de l'enseignement et/ou de la formation professionnelle		
Oui	312	67,1
Non	153	32,9
Total	465	100,0
Si oui, quel établissement désirez-vous choisir ?		
Etablissement privé	168	36,1
L'un des deux (l'essentiel c'est d'avoir au moins une formation)	85	18,3
Etablissement public	59	12,7
N'est pas concernée	153	32,9
Total	465	100,0
Si non, pourquoi ?		
Ce n'est que sa formation à l'université qui l'intéresse (suffisant)	97	20,9
Pas de temps pour ça plutôt occupée par ses études	23	4,9
Vous jugez qu'il n'y a pas d'établissements performants	19	4,1
En cours de formation	4	0,9
Son mari lui dit que la formation qu'elle a est suffisante	2	0,4
Pas le temps pour ça, elle s'occupe de son foyer	2	0,4
Indécise/ trouve plutôt que le choix d'établissement n'est pas important	2	0,4
Il n'y a pas d'établissement	1	0,2
C'est uniquement la pâtisserie et gâteaux qui l'intéressent	1	0,2
Dit qu'elle est déjà dans le domaine avec ses études universitaires	1	0,2
Dit que c'est trop tard pour elle	1	0,2
N'est pas concernée car elle désire être formée	312	67,1
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Le type d'établissement préféré est l'établissement privé (36,1%). Seulement 12,7% de ces femmes préfèrent l'établissement public et nous retrouvons 18,3% de ces femmes qui jugent que le choix de l'établissement n'est pas important. 32,9% des femmes restantes sont soit déjà formées dans le domaine de l'entrepreneuriat ou ne s'intéressent pas à d'autres formations.

Cependant, parmi les femmes qui n'ont pas présenté le désir de formation, la raison principale s'explique par le fait que celles-ci ne s'intéressent pas à d'autres formations (Elles trouvent que leur formation à l'université est suffisante).

1.8. Attentes des femmes vis-à-vis des organismes publics d'aide à la création d'entreprises et héritage

1.8.1. Les femmes et les organismes et politiques publics d'appui à la création d'entreprise et l'entrepreneuriat

Plus de 41% de jeunes femmes désirent faire appel à un organisme d'aide à la création d'entreprises. Le type d'organismes plutôt sollicité est l'ANSEJ en raison de

sa réputation et son soutien massif aux jeunes entrepreneurs. Cependant, plus de 70% d'entre elles déclarent qu'elles ne sont pas au courant de différents organismes, politiques et associations appuyant l'entrepreneuriat. Près 50% de ces femmes précisent que cela constitue une opportunité très intéressante à saisir, cela se confirme par le fait que près de 56% d'entre elles sont intéressées par un suivi avant et après la création de l'entreprise.

Tableau 70. Les femmes et les organismes et politiques publics d'appui à la création d'entreprise et l'entrepreneuriat

Désignation	Nombre	%
Faire appel à un organisme de financement		
Oui	192	41,3
Non	273	58,7
Total	465	100,0
Si oui, quel organisme choisiriez-vous ?		
ANSEJ	152	32,7
CNAC	33	7,1
ANGEM	5	1,1
Ne sait pas lequel	2	0,4
N'est pas concernée	273	58,7
Total	465	100,0
Connaissance de politiques de soutien à l'entrepreneuriat féminin		
Oui	135	29,0
Non	330	71,0
Total	465	100,0
Êtes-vous intéressée par cette politique ?		
Oui, c'est une opportunité très intéressante à saisir	232	49,9
Oui, ça reste intéressant	158	34,0
Non, ce n'est pas du tout intéressant	46	9,9
Non ce n'est pas intéressant	29	6,2
Total	465	100,0
Si non, que pourriez-vous proposer ?		
Un suivi avant et après la création de l'entreprise	259	55,7
Rien n'est intéressant à part ce qu'on peut faire soi-même	109	23,4
Juste un peu de professionnalisme dans les politiques déjà proposées	84	18,1
Juste un peu de professionnalisme dans les politiques proposées ainsi qu'un suivi avant et après la création de l'entreprise	8	1,7
Juste un peu de professionnalisme dans les politiques proposées car sans ça rien n'est intéressant à part ce que l'on fait soi-même	1	0,2
N'est pas concerné	4	0,9
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

En ce qui concerne ce point, le sujet touchant à l'héritage reste tabou (vu par la société algérienne surtout lorsqu'il s'agit d'une part attribuée au sexe féminin).

Comme le problème de financement est un besoin fortement exprimé ainsi nous nous intéressons à la question de la position de la femme face à l'héritage. 58,3% déclarent que leurs familles leur permettent d'avoir leur part décrite par la loi. Un pourcentage assez positif et prometteur touchant pratiquement la moitié des femmes enquêtées. Cependant, d'après notre entretien avec un magistrat à la cour, dans le code de la famille, inspiré de la religion musulmane ; l'homme hérite toujours plus que la femme (Ehlermann *et al*, 2015, 2016 ; BIT, 2017).

Une problématique d'une importance primordiale et d'une envergure nationale. L'entrepreneuriat féminin est touché d'une façon directe par la question d'héritage appliquée au niveau du pays.

Ajouté à ça, plus de 28% de ces femmes déclarent qu'elles n'auront aucune part d'héritage au sein de leurs familles. Une raison de plus justifiant le besoin ressenti sur le plan financier¹.

Seulement 13,3% de ces femmes déclarent que leurs familles leur offrent une égalité parmi leurs frères en leur offrant la même part d'héritage. Le pourcentage est très faible face à la position contraire mais reste prometteur dans le sens où celui-ci peut exercer une influence positive afin d'apporter un changement positif et égal entre les deux sexes.

1.8.2. Les femmes et la question de l'héritage

Tableau 71. Votre famille, vous permet-elle d'avoir votre part d'héritage ?

Désignation	Nombre	%
Votre part décrite pas la loi	271	58,3
Rien du tout	131	28,2
Votre part entière	62	13,3
Argent : ma part entière. Terre : ma part décrite par la loi	1	0,2
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Nous venons de remarquer la complexité de la question liée à l'héritage, plus de 57% n'osent pas demander leur part d'héritage et quand nous leur posons la question à savoir pourquoi, la majorité d'entre elles justifient leur réponse par le fait que c'est ainsi depuis toujours et qu'elles n'ont qu'à l'accepter d'autres déclarent qu'avoir son héritage en tant que femme est une honte pour la famille, quelques-unes disent qu'elles peuvent même être écartées et niées par leur famille.

¹ Selon les déclarations de ces femmes, la femme ne reçoit pas sa part car une fois mariée, sa famille n'accepte pas que leur beau-fils puisse participer à l'héritage, l'utilisation des terres car celui-ci n'est pas considéré comme un membre de la famille.

Tableau 72. De votre part, pourriez-vous demander votre part d'héritage ?

Désignation	Nombre	%
Oui	168	36,1
Non	266	57,2
Oui, dans le cas de besoin	31	6,7
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

En effet, en posant la question « Pourriez-vous accepter votre part d'héritage si elle vous est proposée ? » nous retrouvons tout le contraire face au tableau précédent. Dans quel sens ?

Nous retrouvons la même part des femmes ayant confirmé qu'elles ne peuvent demander leur part d'héritage, acceptent leur part d'héritage si elle leur est proposée. Dans ce cas, le besoin est clairement exposé.

Tableau 73. Pourriez-vous accepter votre part d'héritage si elle vous est proposée ?

Désignation	Nombre	%
Oui	269	57,8
Non	134	28,8
Oui dans le cas de besoin	62	13,3
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Nous passons à un autre axe de l'enquête ayant collecté des données générales sur l'entrepreneure et l'entreprise féminine.

1.9. Caractéristiques générales de la femme entrepreneure et de l'entreprise féminine

1.9.1. Les caractéristiques générales de la femme entrepreneure

1.9.1.1. Statut et âge de la femme entrepreneure

Selon les statistiques obtenues, parmi les 26 femmes étant femmes entrepreneures, 23 d'entre elles soit 4,9% des femmes enquêtées sont Créatrices/Gérantes de leurs entreprises, 2 soit 0,4% de la totalité sont seulement gérantes et 1 seule femme soit 0,2% déclare être associée avec sa sœur. 439 femmes soit la part restante de 94,4% des femmes enquêtées ne sont pas encore entrepreneures mais ce pourcentage intègre aussi quelques femmes qui exercent une activité indépendante informelle mais tellement celle-ci n'est pas productive, elles ont préféré de ne pas répondre aux questions exposées dans cet axe.

Tableau 74. Le statut du répondant dans l'entreprise

Désignation	Nombre	%
Créatrice/Gérante	23	4,9
Gérante	2	0,4
Associée avec sa sœur	1	0,2
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

La plupart de ces femmes ont un âge variant entre 20 et 30 ans, 2 d'entre elles sont entre 41-50ans et seulement une d'entre elles a moins de 20 ans.

Tableau 75. L'âge de la femme entrepreneure

Désignation	Nombre	%
20-30 ans	23	4,9
41-50ans	2	0,4
Moins de 20ans	1	0,2
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

1.9.1.2. Les motivations de la femme entrepreneure¹

Selon ces femmes entrepreneures, la raison principale de création de leurs activités indépendantes est le fait d'avoir son autonomie financière (20 femmes sur 26) suivi de l'envie de développer sa propre idée (14 sur 26) ainsi qu'en troisième position le fait de se faire connaître en tant que femmes capable et responsable (4 femmes). Ce qui justifie davantage le besoin financier et le besoin d'indépendance.

Nous remarquons de ce fait, qu'aucune de ces femmes n'a cité le goût du défi, ni le fait de participer à la création de l'emploi, ni lié au fait de poursuivre la même profession que ses parents et ni le fait de vouloir quelque part fuir les problèmes sociaux rencontrés. Ce résultat s'explique par le fait que ces femmes sont fortement touchées par la question de l'autonomie financière avant de penser au développement économique de la région, ou à la prise de risque en tant qu'entrepreneure. Pour permettre la promotion de ce type d'entrepreneuriat, la position du sexe féminin au niveau sociétal doit se régler en urgence afin de permettre l'épanouissement de la créativité féminine et du lancement de leurs entreprises, sur ce, passer à la question du développement économique de la région sinon même à la participation de l'entrepreneuriat féminin au développement du pays.

Les besoins ressentis et exprimés, d'ordre décroissant sont classés ainsi : Besoin d'appui financier fortement exprimé (16 femmes sur 26), besoin d'assistance et de conseil (14 femmes sur 26), besoin d'appui technique et matériel, besoin d'améliorer le mode de gestion de l'entreprise, besoin de formation ainsi que le besoin de partenariat et de marché.

Nous retrouvons le besoin de main d'œuvre qualifiée avec une part de 0% car ces femmes n'ont pas assez développé leurs activités entrepreneuriales pour passer à la question du recrutement ou encore la question de la main d'œuvre qualifiée.

¹ Voir tableau 114 en annexe 4.

1.9.1.3. Besoins ressentis par l'entrepreneure et valeurs phares de son entreprise

Tableau 76. Les besoins ressentis par la femme entrepreneure

Désignation	Nombre	%
Besoin de formation		
Oui	1	0,2
Non	25	5,4
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Besoin de main d'œuvre qualifiée		
Oui	0	0
Non	26	5,6
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Améliorer le mode de gestion de l'entreprise		
Oui	2	0,4
Non	24	5,2
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Besoin d'appui financier		
Oui	16	3,4
Non	10	2,2
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Besoin d'appui technique et matériel		
Oui	7	1,5
Non	19	4,1
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Besoin d'assistance et conseil		
Oui	14	3
Non	12	2,6
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Besoin de partenariat et de marché		
Oui	1	0,2
Non	25	5,4
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Les valeurs phares¹ définies par ces femmes entrepreneures sont ainsi classées par ordre décroissant :

¹ Voir tableau 115 en annexe 4.

La confiance, la satisfaction des clients, la qualité, le goût du travail, le sens des responsabilités, faire participer les employés à la gestion de l'entreprise (Management participatif).

Nous retrouvons les valeurs suivantes avec une part de 0% : La maximisation des bénéfices, l'esprit d'équipe ainsi que la vision à long terme.

À travers ces observations, nous remarquons que ces femmes se focalisent plus sur la relation humaine et la satisfaction de l'autre que pour leurs bénéfices pour elles-mêmes tel que défini au sens économique.

1.9.2. Lancement et siège social de l'entreprise féminine

Selon les statistiques affichées, la plupart de ces femmes créatrices de leurs activités indépendantes les ont débutés à partir de 2011, juste quelques-unes entre 2000 et 2010.

Tableau 77. Date de création (L'année de création)

Désignation	Nombre	%
à partir de 2011	17	3,7
2006-2010	6	1,3
2000-2005	3	0,6
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Le siège social dans ce cas désigne seulement l'emplacement des activités de l'entreprise. Celui-ci n'est pas un siège déclaré officiellement car aucune de ces entreprises n'est déclarée. Pour la plus grande part, les entreprises n'ayant pas de siège social s'agit des activités offertes en déplacement ou selon les opportunités rencontrées au hasard.

Sinon, la part suivante présente les activités exercées au niveau de Bejaia, quelques-unes à Sidi-aich et au niveau d'Adekar. D'autres au niveau de Toudja, Tizi N Berber et Tazmalt, Ighzer Amokrane.

Tableau 78. Le siège social de l'entreprise

Désignation	Nombre	%
Sans siège social	12	2,6
Bejaia	6	1,3
Sidi-Aich	2	0,4
Adekar	2	0,4
Toudja	1	0,2
Tizi N Berber	1	0,2
Tazmalt	1	0,2
Ighzer Amokrane	1	0,2
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

1.9.3. Investissement initial, situation vis-à-vis de la réglementation (administrative, sociale et fiscale) et raisons de la non-déclaration

Les tableaux suivants exposent explicitement la question financière dans le cas de ces femmes s'étant lancées en entrepreneuriat. Seulement 2 sur 26 déclarent avoir investi entre 10000 Da et 100000 Da, 4 ayant investi moins de 10000 Da. Et 20 d'entre elles soit la majorité déclarent avoir investi 1 Da symbolique, autrement dit, elles ne pouvaient faire autrement que de se lancer petit à petit avec les moyens du bord.

Tableau 79. Le capital d'investissement

Désignation	Nombre	%
Le capital d'investissement		
Entre 10000 DA et 100000 DA	2	0,4
Moins de 10000 DA	4	0,9
1 DA symbolique	20	4,3
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0
Le chiffre d'affaires		
Entre 20000 et 100000 DA	1	0,2
Entre 10000 et 20000 DA	6	1,3
Moins de 10000 DA	19	4,1
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Un point très important à citer car aucune de ces activités n'a été déclarée. Elles sont toutes considérées comme étant des activités indépendantes informelles. Ainsi, les charges fiscales et les charges sociales ne sont pas payées.

Tableau 80. Votre entreprise est-elle déclarée ?

Désignation	Nombre	%
Votre entreprise est-elle déclarée ?		
Oui	0	0
Non	26	5,6
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0
Si oui, payez-vous les charges fiscales ?		
Oui	0	0
Non	26	5,59
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0
Si oui, payez-vous les charges sociales ?		
N'est pas concernée	439	94,4
Non	26	5,59
Total	465	100,0
Raison de non-déclaration de l'entreprise		
Activité créée juste pour avoir de l'argent de poche/répondre aux besoins financiers	7	1,5
Sa famille ne le lui permette pas	2	0,4
Elle n'est pas encore en mesure de payer les charges fiscales et sociales	11	2,4
Fuir aux impôts et à la charge sociale	6	1,3
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

La raison de non-déclaration de ces activités est justifiée principalement par 11 parmi les 26 femmes, par le fait qu'elles ne sont pas encore en mesure de payer les charges fiscales et sociales, 7 de ces femmes ont mentionné qu'elles ont créé ces activités juste pour avoir de l'argent de poche afin de répondre à leurs besoins financiers, 6 d'entre elles disent clairement que c'est dans le but de fuir aux impôts et à la charge sociale. Cependant, 2 femmes d'entre elles n'ont pas pu déclarer leurs entreprises car leurs familles ne le leur permettent pas. Un manque d'encouragement de la part de leurs familles.

Le secteur d'activité dans lequel ces femmes entrepreneures exercent est principalement le secteur artisanal comme la broderie, la couture, le crochet et la coiffure. Suivi du secteur des services comme le service d'informatique et de location de différents services. Enfin, nous retrouvons le secteur du commerce.

Comme les femmes enquêtées sont des femmes étant en fin de cycle d'étude, ainsi, nous retrouvons que 14 de ces activités entrepreneuriales sont situées au niveau de la résidence universitaire. 9 d'entre elles sont des activités à domicile, avec la même proportion soit une femme se déplace à domicile pour offrir ses services, une autre femme avait loué un local mais a abandonné par la suite et une autre femme a loué près de chez elle.

La seule femme ayant loué un local près de chez elle, déclare payer moins de 10000 Da. Un loyer abordable. Les autres femmes restantes ne sont pas concernées par cette question.

Concernant la question de l'effectif de l'entreprise, 24 de ces femmes entrepreneures déclarent n'avoir aucun employé, 2 de ces femmes, déclarent ayant des employés entre 1 à 9 employés. Parmi les raisons de création d'entreprises exprimées, la création d'emploi exposée par une part nulle au niveau du tableau 114 s'affirme au niveau du tableau 116 exposant l'effectif de l'entreprise¹.

De plus, nous retrouvons au niveau de ce tableau 81 qui suit que ces femmes ayant mentionné que des employés exercent pour le bon déroulement et développement de leurs activités. Mais ces derniers sont uniquement des aides familiaux.

La plupart de ces femmes exerçant ces activités indépendantes, déclarent avoir débuté avec une épargne personnelle. Seulement 5 femmes sur 26 ont reçu une aide familiale et une seule femme déclare avoir été aidée par un organisme.

¹ Voir le tableau N°116 pour plus de détails concernant les caractéristiques de l'entreprise féminine, annexe 4.

Tableau 81. Démarches liées à la création de l'entreprise féminine

Désignation	Nombre	%
La structure du financement initial		
Epargne personnelle (autofinancement)	20	4,3
Aide familiale	5	1,1
Aidée par un organisme	1	0,2
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0
Si vous êtes aidée par un organisme, Veuillez mentionner lequel ?		
ANSEJ	1	0,2
N'est pas concernée	464	99,8
Total	465	100,0
Combien de temps avez-vous pris entre le début de vos démarches liées à la création de l'entreprise et son lancement ?		
Quelques mois	7	1,5
Ne nécessite pas de temps	19	4,1
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100,0
Avez-vous bénéficié d'un patrimoine social lié aux établissements d'aide au financement et à la création de l'entreprise ?		
N'est pas concernée	439	94,4
Non	23	4,9
Oui	3	,6
Total	465	100,0
Si oui, est-ce un succès ?		
Oui	3	0,6
N'est pas concernée	462	99,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

L'organisme auquel la seule femme a fait appel est l'ANSEJ. D'ailleurs, c'est le plus connu par ces femmes enquêtées. Seulement 7 femmes ont mentionné que cela nécessite quelques mois afin de créer une entreprise. Par contre, 19 femmes ont déclaré que cela ne nécessite même pas de temps de création. Ce dernier point est justifié par la taille des entreprises féminines créées. Seulement 3 de ces femmes déclarent avoir bénéficié d'un patrimoine social.

Tableau 82. Si oui, est-ce un succès ?

Désignation	Fréquence	Part (%)
Oui	3	0,6
N'est pas concernée	462	99,4
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

8 de ces femmes ont rencontré des freins dans la création de leurs entreprises, les autres femmes ont mentionné qu'elles n'avaient pas rencontré de freins dans la création de leurs entreprises mais ce dernier se justifie par le fait que ces femmes concernées par ce point ont créé des micro-activités indépendantes.

La moitié des femmes ayant rencontré des obstacles déclarent qu'ils sont d'ordre financier tel que c'est souvent soulevé durant toute l'enquête.

Ces femmes ayant rencontré des freins auprès des établissements, celles-ci spécifient que c'est au niveau des établissements publics et administratifs mais aussi des établissements publics et entités de financement.

6 de ces femmes rencontrent des freins même au cours de leurs activités lancées, une femme parmi elles, a rencontré des freins juste après la création de l'entreprise, une autre au cours de la création et enfin une autre avant la création de l'entreprise, lors de la création ainsi que lors de son développement.

Toutes ces femmes ayant rencontrés des freins au cours de la création de leurs entreprises, spécifient qu'elles rencontrent des obstacles même après la création de leur entreprise.

Les principaux obstacles rencontrés tels que le tableau 117¹ l'expose sont au niveau de la commercialisation, suivi du côté social et enfin au niveau financier.

Quand nous citons l'exportation dans ce cas, il s'agit des femmes qui font de la couture et qui réalisent des modèles de vêtements traditionnels souvent demandés par des immigrants, des Algériens ou leurs amis d'autres nationalités vivant dans des pays étrangers.

¹ Voir tableau 117 (Annexe 4) pour plus de détails.

Tableau 83. Développement de l'activité entrepreneuriale

Désignation	Nombre	%
Les exportations		
Oui	1	0,2
Non	25	5,37
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Les importations		
Oui	1	0,2
Non	25	5,37
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Envisagez-vous l'agrandissement de votre entreprise		
Oui	6	1,3
Non	20	4,3
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
Avez-vous créé d'autres entreprises ?		
Oui	1	0,2
Non	25	5,37
N'est pas concernée	439	94,4
Total	465	100
À quel secteur d'activité appartient-elle?		
Artisanale	1	0,2
N'est pas concernée	464	99,8
Total	465	100
Structure du personnel de la deuxième entreprise		
N'est pas concernée	465	100
Structure du financement initial		
Aide familiale	1	0,2
N'est pas concernée	464	99,8
Total	465	100
Si vous êtes aidée par un organisme, lequel?		
N'est pas concernée	465	100

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Dans ce cas d'importations exposé dans le tableau, il s'agit de celle ayant créé une entreprise de services offrant les services de massothérapie et d'acupuncture alors celle-ci a fait appel à des compétences internationales afin de mieux maîtriser sa spécialité.

6 de ces femmes créatrices d'entreprises souhaitent promouvoir leurs activités et les agrandir ainsi que la taille de leurs entreprises.

Une seule femme déclare avoir créé une autre activité que celle exercée actuellement dans le secteur de l'artisanat. Celle-ci a reçu une aide familiale.

2. Le profil des femmes potentiellement entrepreneures

2.1. Les caractéristiques générales des femmes potentiellement entrepreneures

Dans le tableau de Burt¹ qui nous présente le tri croisé entre les variables, nous observons une forte relation entre l'avancement de l'âge (Âge-1, Âge-2 et Âge 3) et la variable liée au désir de création (D création-1) et même confirmée par leurs préférences liées au statut lié au travail exercé, soit dépendant (S préféré ou indépendant (S préféré-1)).

Ainsi, la relation est démontrée par le fait que plus ces jeunes femmes avancent dans l'âge, plus le désir de création d'une entreprise s'affaiblit et s'éteint.

Nous retrouvons de même, cette relation avec l'existence d'idées de création, nous remarquons que plus ces femmes avancent dans l'âge plus elles présentent moins d'idées de création. Comme si leur sens de créativité disparaît.

De plus, nous retrouvons une forte relation entre les encouragements reçus de la part des membres de la famille et des amis. Selon les statistiques obtenues, 135 des jeunes femmes enquêtées n'ont pas débuté leurs démarches de création car celles-ci étaient influencées par le fait qu'elles n'ont pas reçu de l'aide financière de la part des membres de leurs familles et amis dont elles ont besoin. 125 de ces jeunes femmes enquêtées n'ont pas tout aussi débuté leurs démarches de création car elles n'ont pas reçu de l'aide de la part de leurs familles et amis en termes d'idées nouvelles et conseils. Le même raisonnement s'applique quand il s'agit de l'aide offerte en termes de capital social (178 jeunes femmes).

Cependant, nous remarquons que même si 138 d'entre elles aient reçu un encouragement sous forme d'aide psychologique, elles n'ont pas pour autant, débuté leurs démarches de création.

Sur ce, le classement lié à l'appréciation des aides offertes est clairement affiché en commençant par le capital social lequel, selon nos résultats, joue un rôle important. Suivi de l'aide financière et enfin en termes de conseils. Si nous interprétons ce classement en relation avec notre enquête précédente (Hitache, 2015), nous expliquerons l'intérêt porté au capital social sous forme de protection contre la discrimination et le harcèlement.

L'aide financière, tel qu'expliqué par un des magistrats au tribunal en Algérie, lors de notre entrevue avec lui (Entrevue² portant sur l'héritage) qui déclare que les inégalités en successions sont flagrantes en termes de biens dans la juridiction, dû au mélange entre le droit et la religion. De plus, selon les mœurs et coutumes respectées au niveau de Bejaia, la femme n'a majoritairement pas le droit à l'héritage. Selon le magistrat, ce qui est terrible est que l'instruction juridique n'intervient guère dans ces cas.

¹ Voir le tableau 118, Annexe 4.

² Voir annexe 4

En pour la troisième variable touchant aux idées, ceci est dû au fait qu'elles n'aient pas encore d'expérience. Ainsi, les conseils et les avis jouent leur rôle dans sa motivation au passage à l'acte entrepreneurial.

Nous observons aussi au niveau du tableau que 120 jeunes femmes déclarent qu'elles ont besoin d'un appui financier afin de débiter leurs démarches de création.

La variable liée à la participation au bon déroulement des activités entrepreneuriales existantes au sein de leurs familles, n'a pas vraiment d'influence car seulement 4 des femmes qui participent à ces tâches ont débuté leurs démarches de création face à 66 sur lesquelles, il n'a pas exercé d'influence afin de débiter leurs démarches. Mais, la variable n'est pas à écarter car nous remarquons d'un autre côté que 55 femmes n'ayant pas participé au bon déroulement de ces tâches n'ont pas débuté leurs démarches non plus. Nous constatons ainsi, que le fait de participer aux activités entrepreneuriales au sein de la famille exercent une influence mais qui n'est pas assez forte. D'autres facteurs le sont comme l'aspect financier souvent affiché.

Le même cas est affiché quand nous abordons la question liée au module ayant motivé ces femmes au déclenchement de l'acte entrepreneuriale. Car l'influence positive apporté par un module motivant durant leurs parcours scolaire et/ou universitaire est démontrée du côté des femmes ayant débuté leurs démarches de création mais pas de la part des femmes n'ayant pas débuté leurs démarches de création car 144 femmes ont eu au cours leurs parcours scolaires et/universitaire un module les ayant motivées mais elles n'ont pas pour autant débuté leurs démarches de création.

Tableau 84. Valeurs propres et pourcentages d'inertie (FEP¹)

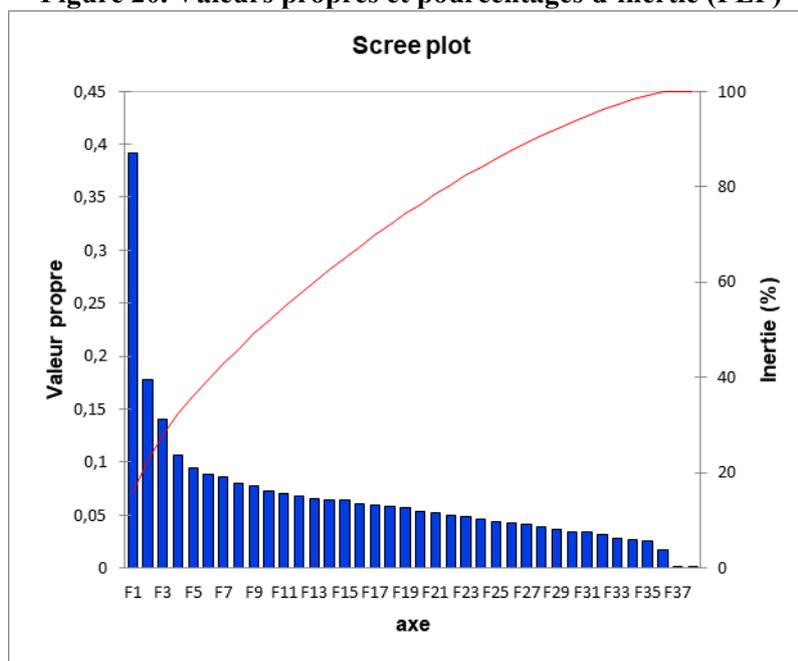
	F1	F2	F3
<i>Valeur propre</i>	0,391	0,177	0,140
<i>Variabilité (%)</i>	15,478	7,004	5,542
<i>% cumulé</i>	15,478	22,481	28,023

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Le tableau N°84 nous donne les valeurs propres ou d'inertie selon les axes. En effet, il nous donne les différentes parts de l'information expliquée par les trois premières valeurs propres (F1, F2 et F3), ainsi la première valeur propre « F1 » explique 15,48% de l'information totale, la deuxième valeur propre « F2 » explique 07,004% de l'information totale et la troisième valeur propre « F3 » explique 5,54% de l'information totale. Ce qui fait un pourcentage cumulé de 28,023% de l'information totale expliquée à la fois par les trois premières valeurs propres. (Voir le tableau complet au niveau de l'annexe 4).

¹ Femme Entrepreneure Potentielle

Figure 20. Valeurs propres et pourcentages d'inertie (FEP)



Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

2.2. Les résultats pour les variables retenues

Avant de présenter notre typologie des femmes potentiellement entrepreneures, nous présentons et détaillons les paramètres de l'analyse multidimensionnelle que nous avons effectué et qui a permis d'aboutir à cette typologie.

2.2.1. Paramètres de l'analyse multidimensionnelle

Les variables telles que déjà mentionnées au niveau du chapitre précédent, ayant été retenues et introduites dans notre analyse sont d'un nombre total de 17 variables, énumérées par les catégories suivantes :

Tableau 85. Catégories de variables de l'analyse multidimensionnelle (FEP)

Catégorie	Variabes
Variabes démographiques	Âge, état matrimonial
Variabes liées au capital humain	Niveau d'instruction, module motivant, participation aux activités entrepreneuriales existantes au sein de la famille
Variabes socio-culturelles	Statut préféré, fonction la plus répandue des femmes membres de la famille,
Variabes liées aux besoins ressentis	Besoin de formation, Besoin financier, Besoin de conseils
Variabes liées aux motivations	Idee de création, désir de création, aide financière, aide en termes d'idées, aide psychologique, aide en termes de capital social
Variabes techniques	Début de démarches de création

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

2.2.2. Les coordonnées principales et standards¹

« Les coordonnées des colonnes sur les axes, permettent de réaliser le (ou les) graphique(s), selon le nombre d'axes retenus (deux ou plus) » (Baccini, 2010, p 31).

Le tableau² 121, nous expose la contribution des points (les différentes modalités) à l'inertie des axes (valeurs propres), il nous donne alors la liste des contributions des points aux trois premiers axes (pour la totalité des axes, voir au niveau des annexes). « Le principe général est de repérer les modalités ayant des contributions importantes aux axes et de regarder ensuite leur positionnement sur le graphique » (Baccini, 2010, p 32). L'explication de l'information avec la contribution des variables dans les composantes principales varie d'une à l'autre.

Pour interpréter les axes, nous recherchons les contributions les plus importantes (en gras). Par l'interprétation, nous traduirons les différentes parts en pourcentage de la liste des contributions des points aux trois premiers axes.

Ainsi, l'axe 1 représente essentiellement les modalités liées au désir de création (D création-1, D création-2 et D création-3) avec respectivement 131,9%, 397,4% et 2,2%. Autrement dit, ces modalités contribuent respectivement à 131,9%, 397,4% et 2,2% dans l'explication de l'information totale avec F1. (Ce résonnement s'appliquera sur toutes les variables qui vont suivre juste après, la première et la deuxième modalités liées aux statut préféré, Idée-1, Idée-2, la quatrième ainsi que la cinquième liée au niveau d'instruction (N Instruction-3 : Niveau moyen, N Instruction-4 : Niveau secondaire et N instruction-5 : Niveau supérieur) sont aussi mieux représentées par F1 que par d'autres facteurs avec respectivement une part de 125,5%, 277,2%, 602,8% et enfin 720,3%.

Aussi, elle représente mieux les variables suivantes : les trois modalités liées aux démarches de création à savoir D démarches-1, D démarches-2, D démarches-3. Aussi, FFMF-2, Besoin-1 et Besoin-2, Aide Fin-3, Aide psycho-3, Aide CS-2 et Aide CS-3 ainsi que PAE-5.

Cette logique suivie sera la même pour les axes (2 et 3), par exemple, nous avons B Formation-3 et B Financier-3 qui sont essentiellement représentée par F2 avec la même part égale à 3162,4% ; ce point (Capital-2) contribue à l'explication de l'information totale avec 3162,4 % dans F2, cette logique d'interprétation reste la même pour tous les autres points exposés dans ce tableau.

2.2.3. Les cosinus carrés et les valeurs test³

Nous allons donner quelques explications sur certains points pour mieux comprendre, celle-ci sera certes applicable sur tous les autres points restants.

Ainsi, le premier axe est bien caractéristique des points suivants, (ceux sélectionnés affichés en gras) : Âge-4, E matri-2, N Instruction-2, N Instruction-4, D création-1, D création-2, D création-3, S préféré-1, S préféré-2, Idée-1, Idée-2. Mais

¹ Pour le détail des résultats, voir les tableaux 119 et 120 dans l'annexe 4.

² Annexe 4

³ Voir tableaux 122 et 123 en annexes

aussi, D démarches-1, D démarches-2, D démarches-3, Module-1, Module-2, FFMF-3, FFMF-4, FFMF-7, B Financier-1, B Financier-2, Aide Fin-2, Aide Fin-3, Aide Idée-1, Aide Idée-2, Aide Idée-3, Aide Psycho-1, Aide Psycho-3, Aide CS-2, Aide CS-3, PAE-3 et enfin, PAE-5.

L'axe 1 est mal représenté de : B Conseils-2, FFMF-5, FFMF-6, E matri-4 et Âge-3.

L'axe 2 est bien caractéristique des points suivants : Âge-4, E matri-4, FFMF-5, FFMF-6, B Formation-2, B Formation-3, B Financier-3, B Conseils-3 et reste mal représentés, des points suivants : Âge-3, E matri-1, D création-1, D création-2, D création-3, S préféré-1, S préféré-2, S préféré-3, Module-1, Module-2, FFMF-1, FFMF-4, FFMF-7, FFMF-8, Aide CS-1, PAE-4, PAE-5.

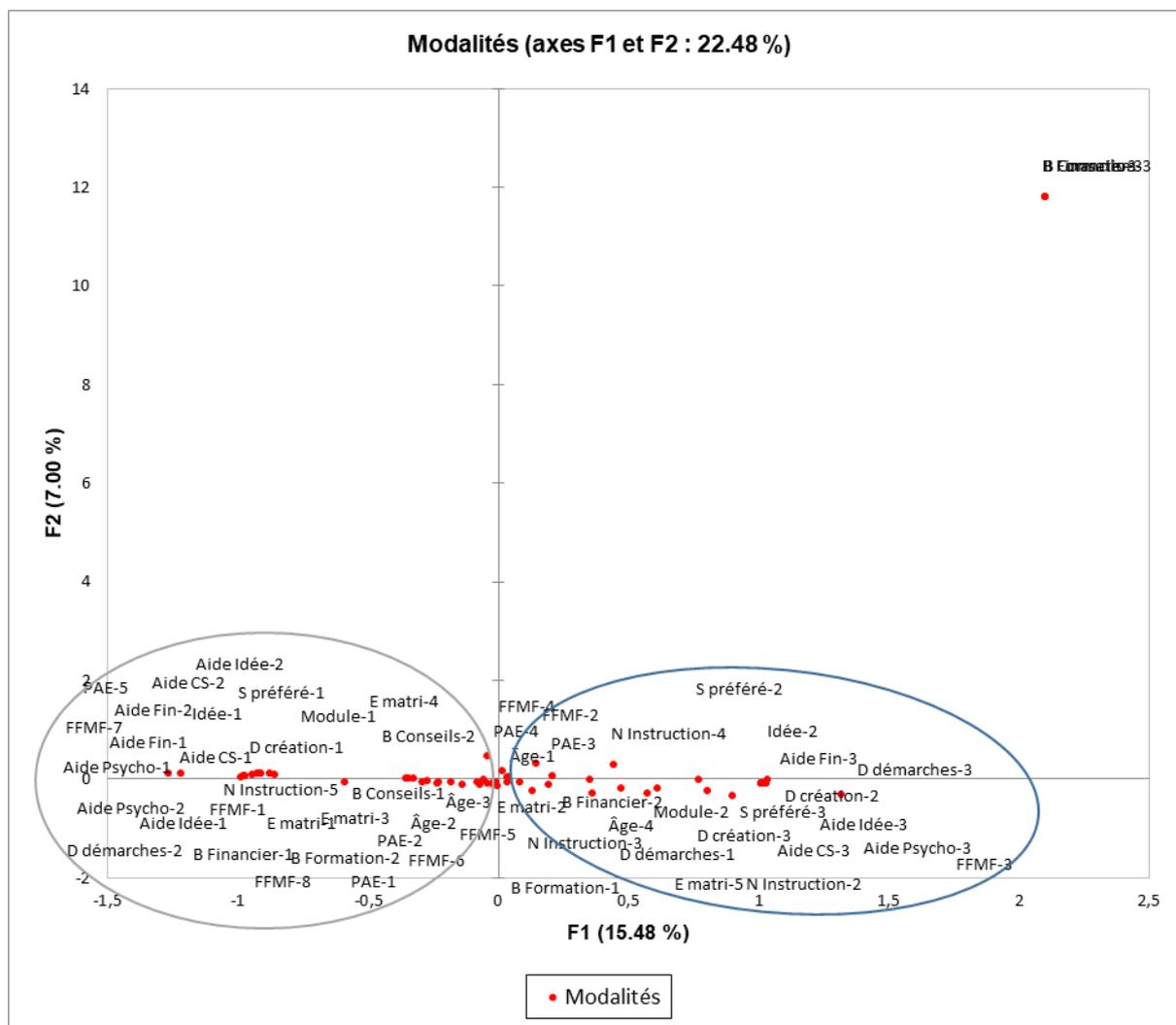
Et enfin, l'axe 3 est bien caractéristique de ces points : Âge-1, Âge-2, Âge-3, E matri-1, E matri-3, E matri-5, N Instruction-2, N Instruction-4, Âge-2, Âge-3, E matri-1, E matri-3, E matri-5, N Instruction-3, N Instruction 5, S Préféré-3, FFMF-1, FFMF-2, FFMF-4, FFMF-8, B Formation-1, B Conseils-1, Aide Fin-1, Aide Psycho-2, Aide CS-1, PAE-1, PAE-2, et PAE-4. Les points : Âge-4, E matri-2, D création-3, D démarches-1, FFMF-3, FFMF-5, FFMF-6 et PAE-5 restent mal représentés par cet axe (axe3).

« On considère donc comme « significatives » d'un axe les catégories qui ont une valeur-test supérieure en valeur absolue à 2 (au seuil 5%) » (GONZALEZ, 2012, p 23). Ainsi, toutes les valeurs sélectionnées au niveau du tableau 123 désignant les valeurs test, présentées en gras sont significatives au seuil de 5% du moment qu'elles sont toutes supérieures en valeur absolue à 2 comme c'est précisé au niveau de l'expression.

2.3. Typologie de la « femme entrepreneure potentielle »

Sur la base des différentes analyses effectuées (analyse sur les axes F1 et F2 et analyse sur les axes F1 et F3) et tenant compte de la qualité des paramètres de celles-ci, nous proposons deux typologies. La première permet de distinguer deux profils distincts et la seconde aboutit à la définition de quatre profils.

Figure 21. Graphique symétrique des variables « FEP »



Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Dans ce graphique, nous retrouvons principalement deux profils séparés par l'axe 1, un profil à gauche de l'axe et un autre à droite.

Le profil 1 : À gauche de l'axe 1, nous retrouvons les femmes démontrant leur désir d'indépendance « S préféré-1 », confirmant ce sentiment par leur désir de création d'entreprise « D création-1 ». Justement, celles-ci manifestent déjà la présence d'idée de création Idée-1. Nous retrouvons quelques-unes d'entre-elles qui reçoivent de l'aide financière, psychologique, en termes d'idées de création et capital social mais d'autres non. Ces femmes ont un niveau d'instruction supérieur et qui ont principalement besoin d'un appui financier. Leur âge est variant, le même cas quand il s'agit de la fonction la plus répandue pour les femmes membres de leur famille. Parmi elles, des femmes déjà chefs d'entreprises et d'autres TAD¹. Quelques-unes participent au bon fonctionnement de ces activités entrepreneuriales au sein de la famille, d'autres non, et d'autres encore déclarent qu'elles ne sont pas du même

¹ TAD : Travailleuses À Domicile

domaine. Cependant, ces femmes avec leurs potentialités de création exposent la modalité « D démarches-2 » traduisant le fait qu'elles n'aient pas encore débuté leurs démarches de création.

Dans ce profil, nous retrouvons ces femmes indépendantes désirant potentiellement créer une entreprise. Il s'agit des femmes entrepreneures potentielles.

Le profil 2 : Que nous retrouvons à droite de l'axe 1, sépare du profil 1, les modalités décrivant les femmes dépendantes « S préféré-2 », ne présentant pas le désir de création « S préféré-2 et S préféré-3 ». Des femmes ayant un niveau d'instruction bas « N Instruction-4 et N Instruction-3 », même très bas, « N Instruction-2 ».

Ces femmes sont caractérisées par leur très jeune âge, elles ne présentent pas d'idées de création mais qui semblent débiter des démarches de création pour des activités informelles, par contre d'autres ne sont pas concernées par cette question car l'idée en elle-même n'existe pas. La fonction la plus répandue chez les femmes membres de leurs familles est soit « Ouvrières », « Fonctionnaires » ou « Enseignantes », ce qui n'est pas favorable au déclenchement de l'acte entrepreneurial. Ajouté à cela, elles déclarent ne pas avoir reçu de modules de formation les encourageant à franchir le pas vers l'acte entrepreneurial.

Un point négatif parmi ceux déjà soulignés est le fait que ces femmes déclarent ne pas participer au bon fonctionnement des activités entrepreneuriales appartenant aux membres de leur famille juste par le fait que l'activité est considérée du domaine masculin¹.

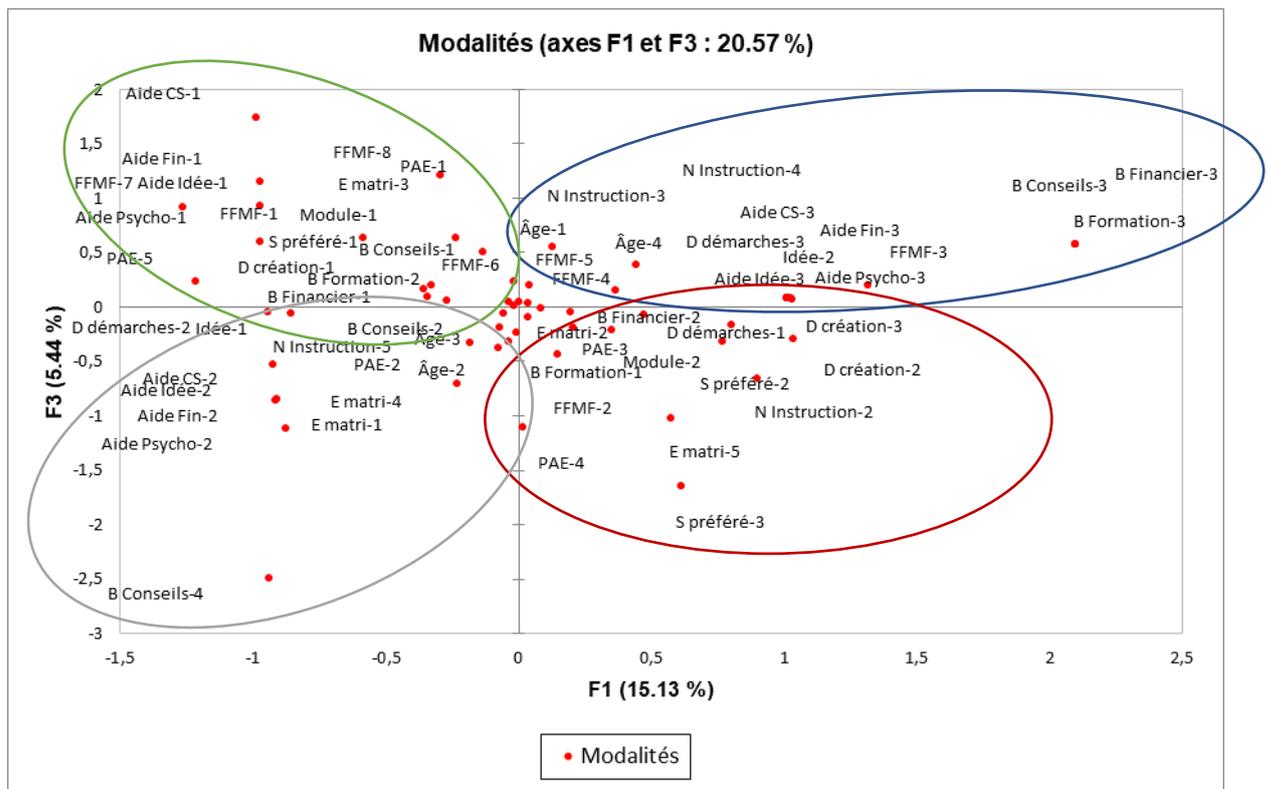
Le seul besoin manifesté chez ce profil de femmes est le besoin de formation, elles ne trouvent pas la peine de demander plus, car celles-ci cherchent à se former, travailler en tant qu'employées et avoir un revenu suffisant. Ces femmes ont le statut de divorcées, ce qui affaiblie encore plus leur confiance en soi et en cherchant à se former, elles cherchent à compter sur elles-mêmes.

En prenant en considération tous ces points soulignés, nous remarquons qu'il s'agit d'un profil exposant le profil de femmes dépendantes.

Le graphique construit à partir de l'axe 1 et l'axe 3, permet de définir 4 types de profils différents. Plus exhaustif dans ce cas, nous observons clairement la division en deux du profil 1 ressorti par la contribution de l'axe 1 et l'axe 3 désignant le profil des femmes entrepreneures potentielles ainsi que le profil des femmes dépendantes.

¹ Un point touchant aussi le Profil 1, le profil des femmes entrepreneures potentielles.

Figure 22. Graphique symétrique des variables « FEP »



Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Profil 1 : Défini par les modalités suivantes :

E matri-3, N Instruction-5, S préféré-1, D création-1 qui exposent les femmes, de statut matrimonial « En couple », ayant un niveau d'instruction supérieur, préférant le statut indépendant quand il s'agit de l'exercice d'une activité professionnelle, ayant le désir de création de leurs propres entreprises. Cependant leur âge varie entre Âge-1, Âge-2 et Âge-3 traduit par les intervalles suivants : (de 20-24ans, de 25 à 29 ans, 30 ans et plus).

Aussi, la fonction la plus répandue pour les femmes membres de leurs familles varie entre : Chefs d'entreprise, femme au foyer, enseignante, fonctionnaire et cadre. Celles-ci, déclarent participer au bon fonctionnement des activités entrepreneuriales existantes au sein de leurs familles. Et quand elles ne participent pas, c'est seulement dû au fait que le domaine soit différent des leurs.

Aussi, elles sont encouragées par leur entourage familial et amical sur le plan financier, psychologique, conseils et idées de création ainsi que du côté capital social.

De plus, ces femmes déclarent avoir bénéficié d'un module au cours de leur parcours scolaire et étudiantin les aidant actuellement à franchir le pas vers l'entrepreneuriat. Et même, leurs idées de création sont déjà existantes à l'heure actuelle.

Ces quatre derniers points encouragent favorablement le déclenchement de l'acte entrepreneurial chez ces femmes potentiellement entrepreneures étant en fin de cycle universitaire.

Ces femmes estiment posséder tout ce dont elles ont besoin sauf sur le plan financier, Celles-ci l'exposent principalement. Surtout par le fait, qu'elles soient en couple et pas encore engagées, se traduit par un sentiment d'indépendance, elles ressentent ainsi le sentiment de créer et de réaliser leurs idées.

Nous pouvons définir ce profil en l'appelant le profil des femmes encouragées potentiellement entrepreneures.

Le profil 2 : Désignant les femmes partageant le même âge que celui des femmes encouragées potentiellement entrepreneures. Elles sont soit mariées ou fiancées (E mari-1 et E mari-4), autrement-dit, des femmes engagées afin de fonder un foyer.

Celles-ci présentent des idées de création mais ne se prononcent pas sur le désir de création d'entreprise. Cette hésitation est due au fait qu'elles ne reçoivent pas d'encouragements ni de la part de leur entourage familial et ni amical sur tous les plans.

Malgré l'existence d'une idée de création, celles-ci n'ont pas débuté leurs démarches de création.

En comparant ce profil au profil des femmes encouragées potentiellement entrepreneures, nous déduisons que la différence réside dans le statut matrimonial. Telles que les femmes traditionnellement destinées à s'occuper de leur foyer et des tâches ménagères, celles-ci, une fois mariées ne possèdent plus la liberté que pour certaines, elles avaient déjà. Nous retrouvons la position du sexe masculin et féminin dans ce cas, dans le sens où l'homme possède la prise de décision au sein du foyer car celles-ci ne retrouvent pas d'encouragements même de la part de leurs époux ou fiancés. Ainsi, la manifestation d'une idée de création de ces FPE n'a guère d'importance aux yeux de leur entourage.

Ces femmes affichent tel que demandé par la majorité des femmes leur besoin sur le plan financier, convaincues de leurs idées même leur désir de création est balancé entre suivre son entourage ou réaliser son idée.

Nous appelons ainsi ce profil, le profil des femmes découragées potentiellement entrepreneures.

Concernant la division droite du graphique, celle-ci se concentre sur le profil des femmes dépendantes, ainsi selon l'information définie par l'axe 3, il nous fait ressortir deux types de profils

Le profil 3 exposant pratiquement le même profil 2 des femmes dépendantes déterminé par l'axe 1 et 2. Cependant, nous en retrouvons deux car dans le profil affiché à droite, en haut du graphique, ça nous présente les femmes ayant un niveau d'instruction secondaire qui peuvent être âgées ou plus jeunes. Elles ne trouvent guère l'intérêt de penser à créer quelque chose dans leur vie entrepreneuriale car pour elles, cela ne vaut pas la peine.

Juste en bas du graphique et à droite, nous retrouvons,

Le profil 4, le même profil que le précédent mais avec une autre approche exposée, celles des femmes qui même si elles ne présentent pas d'idées de création ou

d'intérêt envers l'entrepreneuriat mais celles-ci, par contrainte et survie car elles ont un statut de femmes divorcées. De ce fait, l'intérêt est propulsé par ce besoin de survie lié au statut qui donne naissance ainsi à une création d'entreprise.

Ainsi et au cours de cette étude de graphique, nous retenons les profils suivants :

Le profil de femmes entrepreneures potentielles lequel, dans sa typologie se divise en deux. C'est-à-dire, le profil des femmes encouragées potentiellement entrepreneures ainsi que le profil des femmes découragées potentiellement entrepreneures.

Cependant, nous retrouvons aussi des femmes qui sont dépendantes. Mais, malgré le fait qu'elles soient dépendantes, elles peuvent présenter une intention de création d'entreprises, c'est le cas du profil des femmes ayant débuté leurs démarches de création.

Ainsi, nous retrouvons dans cette catégorie, le profil des femmes dépendantes et le profil des femmes potentiellement entrepreneures par survie.

Dans cette optique d'entrepreneuriat et pour celles qui sont passées à l'acte entrepreneurial, ayant ainsi leur propre entreprise. Nous présentons le point suivant qui sera porté sur la typologie exposant les caractéristiques définissant les jeunes femmes entrepreneures.

3. Typologie des jeunes femmes entrepreneures : Apports et contraintes

3.1. Les caractéristiques générales

Les statistiques descriptives croisées¹ permettent de cerner les principales caractéristiques de l'échantillon de femmes analysé. Par exemple, pour la relation existante entre l'âge de la femme enquêtée et le capital d'investissement, nous observons clairement, le fait que le (Capital-1 : 1 DA symbolique) marque sa part en ce qui concerne sa relation avec les trois tranches d'âge exposées (Âge-1, Âge-2 et Âge-3) c'est-à-dire que ces femmes sont toutes touchées par l'investissement financier demeurant très faible encore, ce que justifie davantage le besoin financier déjà exposé par ces femmes.

Selon leur âge, moins ces femmes sont âgées, plus elles ont besoin d'un appui financier ainsi que d'un appui assistance et conseil. Nous l'observons dans le croisement entre Âge-1 et Âge-2 avec la variable Besoin-8.

Nous retrouvons aussi plus, les femmes étant en couple exposant leur raison de création d'entreprise, Raison-11 et Raison-9, la raison la plus exposée est la recherche de leur autonomie financière. Ainsi, ces femmes exposent leur désir d'indépendance financière.

Aucune de ces femmes n'expose d'intérêt pour une vision entrepreneuriale à long terme. Cependant, nous remarquons que ce manque d'intérêt est plus présent chez les femmes ayant comme membres féminins de leur famille exerçant comme fonction la plus répondeuse en tant que « Fonctionnaires ». Dans ce cas, nous comprenons le rôle

¹ Voir le tableau 124 en annexe 4 (le tableau de Burt).

de la culture entrepreneuriale et l'influence des activités déjà exercées au sein de la famille.

Il est important de soulever le point sur le niveau d'instruction car uniquement les femmes ayant un niveau d'instruction supérieur déclarent avoir bénéficié d'un module durant leur parcours scolaire, les aidant justement dans leur acte entrepreneurial. Les femmes restantes avec le niveau d'instruction moyen ou secondaire déclarent ne pas avoir bénéficié d'un module les aidant dans leur acte entrepreneurial. C'est le même cas aussi d'une seule de ces enquêtées aussi du moment qu'elle ne possède aucun niveau d'instruction (Un cas exposant l'importance primordiale au traitement de ce sujet dans l'urgence). En observant ce croisement des deux variables N Instruction et Module, nous faisons appel à l'intérêt nécessaire qui doit être porté sur les programmes mis en application dans les niveaux d'études primaire, moyen et secondaire par les institutions éducatives afin de promouvoir le développement de l'esprit entrepreneurial et de donner naissance à l'intention entrepreneuriale.

Et quand nous prenons considération du croisement représentant la variable Statut et CA, nous remarquons que plus ces femmes sont soutenues, accompagnées ou associées plus elles atteignent un meilleur résultat, autrement dit un chiffre d'affaires plus important. C'est-à-dire, quand leur statut est à la fois de créatrice/gérante, le chiffre d'affaires de la majorité est de moins de 10000 Da. Dans le cas où leur statut est de gérantes seulement, nous retrouvons quelques-unes d'entre elles ayant un chiffre d'affaires entre 10000 Da et 20000 Da. Ainsi, dans leur statut d'associées, celle-ci arrivent même à atteindre le chiffre d'affaires étant entre 20000 Da et 100000 da. Ce croisement nous confirme le besoin d'encouragement et d'accompagnement ressentis par ces femmes. Dans cette perspective, nous faisons appel aux institutions liées à l'accompagnement des femmes entrepreneures afin de renforcer et promouvoir leurs politiques d'accompagnement à l'égard des femmes se lançant en entrepreneuriat.

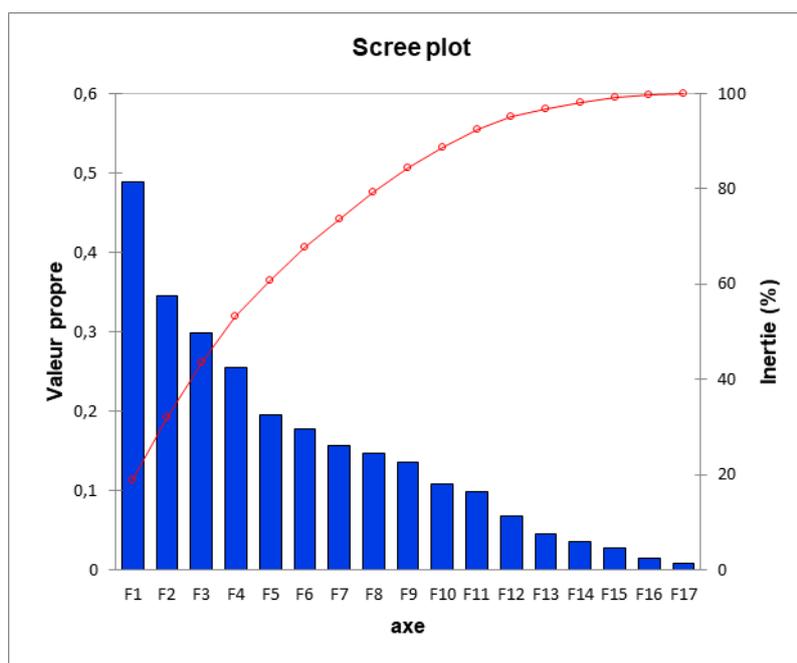
Tableau 86. Valeurs propres et pourcentages d'inertie (FE)

	F1	F2	F3
<i>Valeur propre</i>	0,489	0,344	0,298
<i>Variabilité (%)</i>	18,791	13,236	11,475
<i>% cumulé</i>	18,791	32,027	43,502

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Le tableau 86 nous donne les valeurs propres ou d'inertie selon les axes. En effet, il nous donne les différentes parts de l'information expliquée par les trois premières valeurs propres (F1, F2 et F3), ainsi la première valeur propre « F1 » explique 18,80% de l'information totale, la deuxième valeur propre « F2 » explique 13,24% de l'information totale et la troisième valeur propre « F3 » explique 11,47% de l'information totale. Ce qui fait un pourcentage cumulé de 43,5% de l'information totale expliquée à la fois par les trois premières valeurs propres. (Voir le tableau complet au niveau de l'annexe 4).

Figure 23. Valeurs propres et pourcentages d'inertie (FE)



Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

3.2. Les résultats pour les variables retenues

3.2.1. Paramètres de l'analyse multidimensionnelle

Parmi les variables déjà mentionnées au niveau du chapitre précédent, ayant été retenues et introduites dans notre analyse sont d'un nombre total de 15 variables, énumérées par les catégories suivantes :

Tableau 87. Catégories de variables de l'analyse multidimensionnelle (FE)

Catégorie	Variables
Variables démographiques	L'âge et l'état matrimonial
Variables liées au capital humain	Le niveau d'instruction, le statut professionnel en tant que femme entrepreneure, le module motivant ainsi que la participation aux activités entrepreneuriales existantes au sein de la famille
Variables socio-culturelles	La fonction la plus répandue des femmes membres de la famille,
Variables liées à la gestion de ces entreprises créées	Le capital de départ, le chiffre d'affaires, les besoins ressentis, les valeurs phares, déclaration de l'entreprise, le secteur d'activité et l'effectif
Variables liées aux motivations	Les raisons les ayant motivées au passage à l'acte entrepreneurial

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

3.2.2. Les coordonnées principales et standards¹

« Les coordonnées des colonnes sur les axes, permettent de réaliser le (ou les) graphique(s), selon le nombre d'axes retenus (deux ou plus) » (BACCINI, 2010, p 31).

Ce tableau² 127, nous expose la contribution des points (les différentes modalités) à l'inertie des axes (valeurs propres), il nous donne alors la liste des contributions des points aux trois premiers axes (pour la totalité des axes, voir au niveau des annexes).

L'explication de l'information avec la contribution des variables dans les composantes principales varie d'une à l'autre.

Pour interpréter les axes, nous recherchons les contributions les plus importantes (en gras). Par l'interprétation, nous traduirons les différentes parts en pourcentage de la liste des contributions des points aux trois premiers axes. Ainsi, l'axe 1 représente essentiellement la troisième modalité de l'état matrimonial de l'enquêtée soit, (E matri-3 : en couple) avec 256% autrement dit cette modalité contribue à 256%% dans l'explication de l'information totale avec F1. (Ce résonnement s'appliquera sur toutes les variables qui vont suivre juste après, la troisième modalité, la quatrième ainsi que la cinquième, liées au niveau d'instruction (N Instruction-3 : Niveau moyen, N Instruction-4 : Niveau secondaire et N instruction-5 : Niveau supérieur), sont aussi mieux représentées par F1 que par d'autres facteurs avec respectivement une part de 160,3%, 662,7% et enfin 126,5%.

Aussi, elle représente mieux les variables suivantes : la deuxième modalité et la troisième modalité du statut de l'entrepreneure (Statut E-2 et Statut E-3 : « Créatrice/gérante » et « Gérante ») avec respectivement 82% et 750 %, la cinquième modalité liée au pourquoi ces femmes deviennent entrepreneure (Raison E-5 : Répondre aux besoins financiers de la famille) avec 24 %. D'autres modalités sont toutes aussi mieux représentées par l'axe 1 (voir les inscriptions en gras dans la colonne F1 au niveau du tableau 127).

Tous ces points³ ainsi mieux représentées par F1 contribuent à l'explication de l'information avec les différentes parts citées pour chacun des points (ou chacune des modalités) x.

Cette logique suivie sera la même pour les axes (2 et 3), par exemple, nous avons Capital-2 qui est essentiellement représentée par F2 avec une part égale à 904,6% ; ce point (Capital-2) contribue à l'explication de l'information totale avec 904,6 % dans F2, cette interprétation reste la même pour tous les autres points exposés dans ce tableau.

¹ Pour le détail des résultats, voir les tableaux 125 et 126, annexe 4.

² Voir Tableau 127, annexe 4.

³ Déclaration-2 n'est représentée par aucun des axes car la proportion est de 0% qu'il s'agisse de l'axe F1 ou de F2 ou de F3. F2 avec la même proportion que F1. Cette modalité n'est pas définie tel un caractère discriminant, ce qui s'explique par le fait est que toutes les entreprises créées ne sont pas déclarées ainsi cette modalité ne différencie pas un profil de l'autre parmi ceux ressortis à travers nos résultats.

3.2.3. Les cosinus carrés et les valeurs tests¹

Nous observons que le premier axe est bien caractéristique des points suivants (ceux sélectionnés affichés en gras) : E matri-2, E matri-3, N Instruction-4, N Instruction 5, Statut E-2, Statut E-3, Raison-11, Capital-1, Capital-3, CA-1, CA-2, Secteur-4, Effectif-1, Effectif-2, Besoin-8, Besoin-9, Module-1, Module-2, FFMF-2, FFMF-4. PAEF-1. Au contraire, Déclaration-2 n'est même pas représenté par F1, F2 et F3.

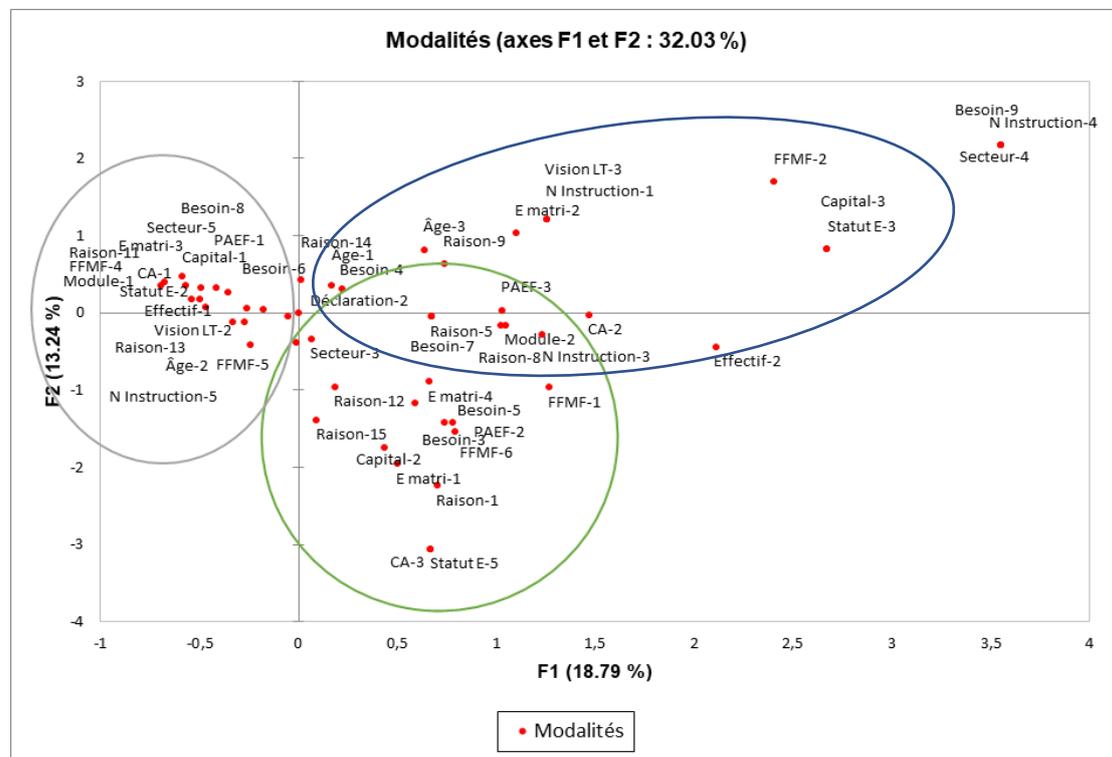
L'axe 2 est bien caractéristique des points suivants : Âge-2, Etat matri-1, Statut E-5, Raison-1, Capital-2, CF-3, Secteur-3, Besoin-5, PAEF-2 et reste mal représentés, des points suivants : FFMF-4, Module-1, Module-2.

Et enfin, l'axe 3 est bien caractéristique de ces points : Âge-3, N Instruction-1, Raison-8, Besoin-4, VP 4-2, VP 4-3 et ces points Besoin-3, E matri-1, Âge-2 restent mal représentés par cet axe (axe3).

« On considère donc comme « significatives » d'un axe les catégories qui ont une valeur-test supérieure en valeur absolue à 2 (au seuil 5%) » (GONZALES, 2012, p 23). Ainsi, toutes les valeurs sélectionnées au niveau du tableau 129 désignant les valeurs test, présentées en gras sont significatives au seuil de 5% du moment qu'elles sont toutes supérieures en valeur absolue à 2 comme c'est précisé au niveau de l'expression.

3.3. Les graphiques symétriques des variables « Femme entrepreneure »

Figure 24. Graphique symétrique des variables (FE)



Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

¹ Tableaux 128 et 129, annexe 4.

L'axe 1 représente mieux et sépare à droite du graphique deux parties de modalités. L'axe 2 dans son cas, sépare les deux parties de modalités en haut et en bas.

De ce fait, les profils suivants ressortent :

Le profil 1 : Les modalités suivantes se retrouvent en haut et à droite du graphique symétrique des variables, Âge-3 désignant les femmes de 30 ans et plus, E mari-2 désignant ces femmes qui sont célibataires, Raison-5 ainsi que la Raison-8 et Raison-9 désignant leur motivation au passage à l'acte entrepreneurial. La Raison-5 désigne les femmes ayant créé leurs entreprises car elles étaient motivées par le fait de vouloir répondre aux besoins financiers de la famille, la Raison-8 représente celles qui veulent se faire connaître en tant que femmes capables et responsables. Et enfin, la dernière motivation affichée dans le profil est la Raison-9 qui désigne ces femmes désirant avoir leur autonomie financière. Ces femmes n'ont principalement qu'un niveau d'instruction « N Instruction-1 » mais quelques-unes peuvent aussi détenir le niveau d'instruction moyen « N Instruction-3 ». Elles ont surtout besoin d'un appui financier « Besoin-4 », de partenariat et de marché « Besoin-7 ». Sur un plan secondaire, ces femmes peuvent ressentir le besoin de formation, d'une amélioration dans leur mode de gestion et d'un appui technique et matériel.

Ces femmes ont mentionné qu'elles ne sont pas concernées par le point porté sur leur participation aux activités entrepreneuriales au sein de la famille car celles-ci déclarent que la fonction la plus répondue pour les femmes membres de leur famille est l'enseignement. Selon le graphique, nous remarquons aussi que celles-ci n'ont pas été motivées par un module qu'elles pouvaient avoir durant leurs parcours scolaires, ce point s'explique par leur faible niveau d'instruction.

Ce profil représente celui des femmes ayant investi un capital financier allant de 10000Da à 100000Da, elles déclarent un Chiffre d'affaires de 10000Da à 20000Da. Ces femmes ont seulement le statut de gérantes, ce qui explique l'investissement de départ parce le fait que cette activité entrepreneuriale a été créée par une personne tierce en vue qu'elle soit gérée par ces femmes. Un point justifiant leur besoin d'appui financier.

Nous avons défini ce profil de femmes entrepreneures par l'appellation de l'entrepreneure contrainte du fait que celles-ci sont des femmes assez âgées pour une société qui considère beaucoup le mariage et l'engagement alors qu'elles sont encore célibataires. Ainsi, du fait de, leur contrainte d'être rabaissées ou enveloppées de sentiments d'abandon, celles-ci se lancent dans l'engagement dans des activités entrepreneuriales afin de se montrer capables et responsables, de se prendre en charge et même participer aux besoins financiers de la famille car elles partagent leurs revenus afin de ne pas être écartées par les membres de sa famille et ne pas représenter une charge pour eux.

Même avec un faible revenu, celles-ci réalisent et présentent surtout un besoin de partenariats et marché afin de se développer.

Le profil 2 : En bas du profil 1, séparé par l'axe 2 et 1, nous retrouvons ces modalités en bas et à droite du graphique :

E matri-1 et E matri-4 désignant les femmes qui sont mariées ou fiancées, qui ont un niveau d'instruction moyen N Instruction-3. Pouvant avoir le statut d'associées avec un membre de leur famille, celles-ci ont créé leur activité entrepreneuriale avec un capital de départ Capital-2 (moins de 10000Da) et réalisant ainsi un chiffre d'affaires pouvant aller de 10000Da à 100000Da (un chiffre d'affaires englobant les deux modalités CA-2 et CA-3).

Ces femmes sont dans le Secteur-3 (le secteur artisanale). Elles ont exposé leur motivation à la création de l'activité entrepreneuriale par le fait de vouloir développer leur propre idée, le goût du travail, pour répondre aux besoins financiers de la famille, par le fait de se faire connaître en tant que femmes capables et responsables ainsi que le désir de leur autonomie financière. La fonction la plus répandue pour les femmes membres de leur famille est soit « Femmes entrepreneures » ou « Femmes au foyer ». Ce qui renforce auprès de ces femmes créatrices d'entreprises le sentiment d'être à la fois entrepreneure et responsable d'un foyer.

Celle-ci, exposent les besoins ressentis représentés par le Besoin-3, Besoin-5 ainsi que le besoin-7, désignant respectivement le besoin d'amélioration du mode de gestion, le besoin d'un appui technique et matériel et en enfin le besoin de partenariat et de marché.

En rassemblant toutes ces modalités décrivant ce profil, nous le qualifions par l'appellation suivante : « l'entrepreneure passionnée et responsable »

Le profil 3 : Rassemble de son côté les modalités suivantes :

Âge-2, E matri-3, N instruction-5, PAEF-1, FFMF-4 et FFMF-5, à savoir, les femmes ayant un âge entre 25 et 29 ans étant en couple, ayant un niveau d'instruction supérieur. La fonction la plus répandue pour les femmes membres de leur famille est soit « Fonctionnaires » ou « Travailleuses à domicile » ainsi, ces femmes participent au bon fonctionnement des quelques activités entrepreneuriales existantes au sein de leur famille.

En tant qu'entrepreneures, lancées dans le secteur des services, le statut de ces femmes est de « Créatrices/gérantes ». Ces femmes ont débuté leur activité entrepreneuriale à 1 Da symbolique. Dans la même optique, leur chiffre d'affaires ne dépasse pas les 10000Da.

Les raisons qui les ont poussés à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale sont : L'envie de développer leurs propres idées, le désir d'avoir son autonomie financière,

être son propre patron et surtout et nous le retrouvons dans chacun des profils, le fait de se faire connaître en tant que femme capable et responsable.

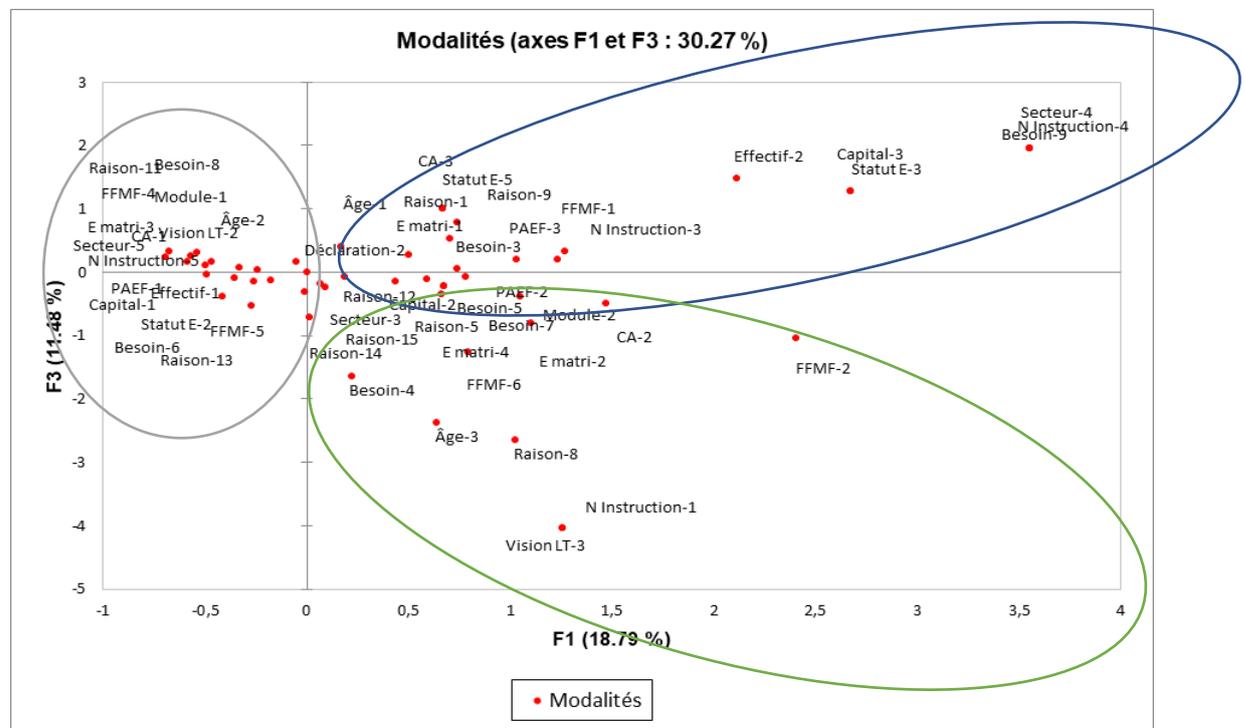
Elles déclarent avoir besoin d'un appui au niveau :

Technique et matériel, financier et au niveau d'assistante et conseils. Nous remarquons qu'au niveau des besoins aussi, le recours au conseil et à l'appui financier est soulevé à chaque fois dans les trois profils.

Cependant, ces femmes n'exposent pas de vision à long terme. Comme c'est exposé au niveau des tableaux croisés, la fonction la plus répandue pour les femmes membres de leur famille est soit « Fonctionnaires » ou « TAD ». « Fonctionnaire » influe fortement sur le choix de ces femmes d'avoir une vision à long terme dans leur activité entrepreneuriale exercée. Cette influence est exposée au niveau du Tableau 124¹ (Tableau de Burt), vient juste après, « TAD » qui selon ce profil influe négativement sur le choix de se lancer en tant que femme entrepreneure et sa durabilité.

Un profil que nous avons qualifié d'Entrepreneure passagère, car, il s'agit de ces femmes, selon le profil 3, créant leur activité entrepreneuriale dans le but d'être indépendantes et avoir leur argent de poches durant leur parcours universitaire mais qui penchent plus à devenir fonctionnaires vu l'exemple de la fonction des femmes membres de leur famille.

Figure 25. Graphique symétrique des variables (FE)



Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

¹ Annexe 4.

Ce graphique (Axe 1 et axe 3) traduit la même sélection de profils que ceux réalisés par l'axe 1 et 2, ainsi nous retrouvons la même définition de profils que les trois déjà prénommés ainsi :

Profil 1 : L'entrepreneure contrainte

Profil 2 : L'entrepreneure passionnée et responsable

Profil 3 : L'entrepreneure passagère

De plus, ce graphique confirme l'emplacement des modalités suivantes : Âge-1, Déclaration-2, Secteur-3, Raison-14 rassemblant les modalités Raison-1, Raison-3, Raison-8 et Raison-9 et enfin le Besoin-4.

Ces modalités peuvent participer à la définition des trois profils. Autrement dit, les trois profils ressortis de femmes entrepreneures peuvent désigner des femmes qui peuvent avoir un âge entre 20 et 24 ans, ont toutes créé des entreprises mais qu'elles n'ont pas déclaré, le secteur souvent choisi est le secteur de l'artisanat. Ces femmes sont souvent affrontées à deux trois types de motivations sur le plan psychologique à savoir ; être son propre patron et le fait de se faire connaître en tant que femme capable et responsable. Sur le plan financier et psychologique car celles-ci recherchent non seulement une richesse financière mais aussi une autonomie d'être à savoir ; être autonome financièrement. Et enfin sur le plan passionnel et créativité à savoir ; le désir de développer sa propre idée. Le besoin principal réclamée par toutes ces femmes est l'appui financier

Conclusion au chapitre

Ce quatrième chapitre, basé sur les données que nous avons collectées directement de notre terrain d'étude, nous a permis de mieux comprendre la réalité de l'entrepreneuriat féminin, du moins dans la région d'étude, la wilaya de Bejaia, de dresser des profils de la femme entrepreneure et de comprendre les obstacles qui entravent son activité ou le passage à l'acte d'entreprendre.

Comme nous l'avons vu, les résultats touchent à la fois les femmes potentiellement entrepreneures ainsi que les femmes déjà entrepreneures. À travers notre analyse statistique descriptive et notre analyse multidimensionnelle des données collectées, nous avons pu dégager trois profils des femmes potentiellement entrepreneures. Soit le profil des femmes encouragées potentiellement entrepreneures, le profil des femmes découragées potentiellement entrepreneures ainsi que le profil des femmes potentiellement entrepreneures par survie.

Contrairement à ces trois profils, nous retrouvons les femmes qui ne présentent aucun intérêt au domaine de l'entrepreneuriat, qui est le profil des femmes dépendantes.

D'un autre côté des femmes étant déjà entrepreneures, nous distinguons trois types de profils à savoir le profil de l'entrepreneure contrainte, l'entrepreneure passionnée et responsable ainsi que l'entrepreneure passagère.

En effet ce qui différencie le profil des femmes potentiellement entrepreneures par survie de celui des femmes entrepreneures contrainte, c'est le passage à l'acte entrepreneurial.

Dans la typologie de femmes potentiellement entrepreneures, nous retrouvons, le profil des *femmes encouragées potentiellement entrepreneures*, avec leur âge variant : sont celles, étant en couple, avec un niveau d'instruction supérieur préférant le statut indépendant et présentant un désir de création. Ces femmes sont encouragées par leur entourage familial et amical (d'où la distinction du profil) sur le plan financier, psychologique, conseils et idées de création ainsi que du côté capital social. De plus, celles-ci déclarent avoir bénéficié d'un module de la part des institutions éducatives, les aidants à franchir le pas vers l'entrepreneuriat confirmant ainsi notre deuxième hypothèse.

Le profil des *femmes découragées potentiellement entrepreneures*, un profil partageant le même âge que le précédent, elles sont soit mariées ou fiancées. Autrement-dit, ces femmes se sont engagées afin de fonder un foyer. Chez elles, l'idée de création est présente mais ne se prononcent pas sur le désir de création. Telles que les femmes traditionnellement destinées à s'occuper de leur foyer et des tâches ménagères, celles-ci, une fois mariées ne possèdent plus la liberté que certaines, avaient déjà. Nous retrouvons la position du sexe masculin et féminin dans ce cas, dans le sens où l'homme possède la prise de décision (Ehlermann, 2015/2016 ; Hitache, 2018) au sein du foyer car celles-ci ne retrouvent pas d'encouragements même de la part de leurs époux ou fiancés. Parallèlement, elles manifestent aussi le besoin financier mais sont balancées entre le fait de suivre leurs entourages ou réaliser leurs idées face, une décision importante à prendre lié au passage à l'acte entrepreneurial. Un des points confirmant notre première hypothèse, soit le poids des traditions et des pesanteurs sociales constituant un frein à l'acte d'entreprendre chez la femme au sein de la société algérienne. Cependant un certain nombre de femmes reçoivent des encouragements de la part de leurs familles dans leur lancement en entrepreneuriat, mais 33,5% des femmes enquêtées ne reçoivent aucun encouragement, une part à prendre en considération à même d'exercer une influence négative sur les autres femmes faiblement encouragées, ce pourcentage peut prendre de l'ampleur.

Au côté des femmes dépendantes, nos résultats exposent deux types de profils, *le profil des femmes potentiellement entrepreneures par survie* ainsi que *le profil des femmes dépendantes* (Berreziga et Meziane, 2012 ; Ghiat 2015, Hitache, 2018). Dans le premier profil, les femmes affichent une approche, qui même, si elles ne présentent pas d'idées de création ou d'intérêt envers l'entrepreneuriat mais celles-ci par contrainte (Madoui, 2008 ; Hitache, 2018) et survie (Berreziga et Meziane, 2012 ; Ghiat 2015, Hitache, 2018) car elles ont un statut de femmes divorcées. Donnent de ce fait, naissance à une création d'une entreprise propulsée par ce besoin précédé de survie. Suivi du deuxième profil représenté par les femmes ayant un niveau d'instruction secondaire qui peuvent être âgées ou plus jeunes, elles ne trouvent guère l'intérêt de penser à créer quelque chose dans leur vie entrepreneuriale car pour elles, cela ne vaut pas la peine.

Pour les trois profils des femmes déjà entrepreneures, nous retrouvons : *Le profil des femmes entrepreneures contraintes*, exposent celles pour qui la fonction la plus répandue pour les femmes membres de leur famille est l'enseignement. De ce fait, elles ne sont pas concernées par la participation à l'activité entrepreneuriale. Celles-ci déclarent que les institutions éducatives n'ont pas participé au déclenchement de l'acte entrepreneurial. Elles sont plutôt motivées par la peur (le facteur pusch exposé par Shapero, Sokol, 1982 ; Hitache, 2018) d'être rabaissées ou rejetées dans une société considérant beaucoup le mariage du fait qu'elles sont âgées. Ces femmes investissent un capital allant de 10000 Da à 100000 Da et atteignent un chiffre d'affaires de 10000 Da à 20000 Da. Cependant, ces femmes ont seulement le statut de gérantes, ce qui explique l'investissement de départ par une tierce personne. Un point justifiant leur besoin d'appui financier.

Le profil de l'entrepreneuse passionnée et responsable, exposant les femmes étant mariées ou fiancées, possédant un niveau d'instruction moyen, pouvant être associées avec une autre personne. Celles-ci créent leur activité entrepreneuriale avec un capital de départ de moins de 10000 Da et qui réalisent un chiffre d'affaires allant de 10000 Da à 100000 Da. Ces femmes sont dans le secteur artisanal. Ces femmes sont motivées par le fait de vouloir développer leur propre idée, du goût du travail, de répondre aux besoins financiers de la famille, de se faire connaître en tant que femme capable et responsable ainsi que le désir de leur autonomie financière.

Ainsi que *le profil de l'entrepreneuse passagère*. Ces femmes ont un âge variant entre 25 et 29 ans, sont en couple, ont un niveau d'instruction supérieur. Ces femmes participent au bon fonctionnement des entreprises de leurs membres de leur famille exerçant une activité à domicile. En tant qu'entrepreneures, elles se lancent dans le secteur des services, leur statut est celui de femmes créatrices/gérantes. Il s'agit des femmes ayant débuté leur activité entrepreneuriale à 1 Da symbolique, le chiffre d'affaires ne dépasse pas 10000 Da. Ces femmes sont motivées par l'envie de développer leurs propres idées, le désir d'avoir son autonomie financière, être son propre patron et surtout le fait de se faire connaître en tant que femme capable et responsable. Cependant, ces femmes n'exposent de vision à long terme, d'où l'appellation de passagère.

Le point commun entre ces trois profils est le besoin manifesté en conseils et en appui financier.

À travers l'interprétation des résultats obtenus, nous constatons que les institutions qu'elles soient éducatives, financières ou qu'il s'agit de l'environnement familial ou amical jouent un rôle dans le développement de l'entrepreneuriat en général et féminin en particulier. Cependant, en Algérie et dans la région de Bejaia, ces jeunes femmes enquêtées nous ont fait part de beaucoup d'obstacles rencontrés dans leur vie quotidienne, dans leur intention d'entreprendre ou même dans le passage à l'acte entrepreneurial.

Ces jeunes femmes témoignent de l'existence de pratiques discriminatoires à leur égard. Elles ne possèdent pas l'information dont elles ont besoin afin de connaître les différents organismes financiers ainsi que leur méthode d'accompagnement. Elles présentent principalement leur besoin sur le plan financier. L'importance de ce besoin

Chapitre 4 : L'entrepreneuriat féminin à Bejaia : caractéristiques générales, typologie et contraintes

qui confirme notre troisième hypothèse, a déjà été relevée au cours de notre enquête précédente (Hitache, 2015).



Conclusion générale

Conclusion générale

Notre recherche visait à analyser le rôle des institutions dans le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Nous avons à cet effet réalisé une enquête de terrain auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia.

Comme nous l'avons déjà souligné dans l'introduction de notre thèse, l'entrepreneuriat est un domaine multidisciplinaire d'où l'interférence de plusieurs facteurs tenant à des aspects aussi multiples que variés. La question genre demeure insuffisamment abordée tant dans les pays développés que dans les pays en développement (De beaufort, 2011). Cette question représente un sujet sensible notamment dans les pays en développement du fait des inégalités existantes entre les deux sexes (OCDE, 2004 ; Banque mondiale, 2016 ; Amoros et Bosma. 2014 ; Abedou *et al* 2011 ; MPMEA, 2016 ; BIT, 2017 ; Ehlermann *et al*, 2015, 2016) et du manque flagrant d'informations et de données à ce sujet (Hitache 2011, 2015 ; Gherbi, 2014 ; Ehlermann *et al* 2015, 2016 ; BIT, 2017).

Dans cette optique et afin de construire une base de données sur le sujet, nous avons fondé notre travail sur une enquête de terrain auprès d'un échantillon de femmes dans la wilaya de Bejaia.

Après avoir présenté une revue de littérature sur le sujet, objet de notre étude, nous avons exploité les données issues de notre enquête de terrain afin d'analyser le phénomène de l'entrepreneuriat féminin selon l'approche genre et l'approche institutionnelle.

Nous avons tenté de caractériser ces différentes institutions d'accompagnement du processus entrepreneurial, d'évaluer le degré de leur implication dans ce processus ainsi que dans l'observation des politiques et mesures mises en œuvre pour favoriser le développement de l'entrepreneuriat féminin.

En abordant le sujet sous l'approche genre, notre étude s'est intéressée au fait de savoir si ce volet institutionnel, l'éducation familiale, la culture et les traditions de façon générale, favorisent-ils les hommes au détriment des femmes.

Dans le but d'apporter des réponses à notre problématique de recherche, nous avons formulé trois hypothèses.

Dans notre première hypothèse, nous avons souligné le fait que la société algérienne est marquée par le patriarcat et le poids des traditions qui sont des facteurs qui freinent le développement de l'activité professionnelle féminine et l'entrepreneuriat féminin de façon particulière. Ainsi, la cellule familiale, qui est une institution de base, est, comme

nous l'avons montré à travers notre étude empirique, est de nature à bloquer le développement de l'entrepreneuriat chez la femme Algérienne.

Notre deuxième hypothèse, stipule que l'enseignement général et professionnel est supposé jouer un rôle dans le développement de l'esprit et de la culture entrepreneuriaux chez la femme.

À travers notre étude, nous retrouvons près de 53% des femmes qui déclarent avoir reçu un enseignement dans le domaine de l'entrepreneuriat, ce qui est de nature à les aider à se lancer dans l'acte entrepreneurial. 41,9% de ces femmes enquêtées déclarent l'avoir reçu au niveau supérieur, ce qui signifie que la portion faible restante de 11,1% a reçu cet enseignement au niveau secondaire, moyen et primaire justifiant ainsi le profil des femmes préférant le statut dépendant.

Cela confronte notre deuxième hypothèse à savoir que le rôle de l'enseignement général et professionnel joue un rôle important dans le développement de l'entrepreneuriat féminin.

La troisième et dernière hypothèse considère que la difficulté d'accès au financement pour les femmes désirant entreprendre représente un obstacle majeur à la création et au développement des entreprises féminines.

Cette troisième hypothèse est également confrontée par nos nos résultats d'enquête car le besoin le plus souvent affiché est le besoin d'appui financier. 46,7% de ces femmes le réclament et 41,3% des femmes enquêtées souhaitent faire appel à un organisme de financement et enfin 61,5% des femmes étant déjà entrepreneures ressentent le besoin d'un appui financier. Enfin, 71% d'entre elles ne sont pas au courant des politiques de soutien à l'entrepreneuriat féminin.

La méthodologie mise en œuvre a consisté en une revue de littérature traitant du domaine de l'entrepreneuriat globalement et de l'entrepreneuriat féminin plus particulièrement. Cette partie est exposée dans le premier chapitre que nous avons intitulé, *l'entrepreneuriat féminin selon l'approche institutionnelle et l'approche genre*. Nous nous sommes basées sur la définition large de l'entrepreneuriat qui prend en compte son caractère pluridisciplinaire. Nous avons aussi essayé de cerner les différents facteurs institutionnels intervenant dans le développement du désir et de la culture entrepreneuriale, de proposer une définition complète et pertinente de l'entrepreneuriat féminin et de la femme constituant l'actrice principale dans ce domaine « la femme entrepreneure ».

Partant des points de divergence mais aussi de convergence entre les différents auteurs (Verstraete, 2000 ; Hisrich et Peters, 1991 ; Fayolle, 2005 ; Saporta, 2006) ayant définis l'entrepreneuriat et l'entrepreneur, nous avons élaboré une définition de l'entrepreneur de façon générale et de la femme entrepreneure de façon particulière que nous avons formulé dans les termes suivants.

« Tout en prenant un risque, l'entrepreneur, de par son comportement caractérisé par des attraits psychologiques et des compétences innées et/ou développées, saisit les opportunités offertes par l'environnement, décide de créer une organisation, pour coordonner et exploiter des ressources économiques, par de nouvelles combinaisons permettant le développement de nouvelles opportunités alimentant ainsi le processus d'innovation en vue d'une activité continue »

« La femme entrepreneure est celle créant et/ou gérant une entreprise lui appartenant, assumant majoritairement les responsabilités financières, administratives et managériales permettant ainsi son épanouissement personnel, lui procurant une autonomie financière suffisante afin de maintenir son activité à même de répondre à ses besoins financiers ».

Cette définition spécifique de la femme entrepreneure nous a ainsi permis de détecter les traits spécifiques caractérisant les femmes entrepreneures en Algérie.

Nous avons construit une définition de la femme entrepreneure sous une double approche que nous avons appelé approche « genre » et approche « obstacles-solutions », genre afin d'introduire les spécificités de l'entrepreneur féminin les différenciant de leurs homologues masculins et obstacles-solutions car les femmes en entrepreneuriat rencontrent des obstacles spécifiques qu'il faut impérativement traiter. Ainsi, notre définition de la femme entrepreneure se présente comme suit : « Cette femme déterminée malgré le poids important des obstacles rencontrés comparativement aux hommes, parfois par nécessité créant et/ou gérant une entreprise lui appartenant, assumant majoritairement les responsabilités financières, administratives et managériales permettant ainsi son épanouissement personnel ».

Partant des caractéristiques des entreprises féminines et des femmes entrepreneures déjà exposées par différents auteurs (Belcourt 1991 ; Abderhamane, 1997 ; OCDE, 1997 ; Bel, 2009), nous avons défini l'entrepreneuriat féminin comme étant « une activité indépendante exercée par les femmes faisant au mieux malgré tous les obstacles rencontrés, de leur temps libre, une production financière suffisamment rentable pour développer une activité qui est souvent de très petite taille ».

Le deuxième chapitre de la thèse est consacré à l'étude du cas Algérien, c'est-à-dire à l'examen de la situation de l'entrepreneuriat en Algérie avec un focus sur l'entrepreneuriat féminin. Ce chapitre a buté sur un manque de données sur l'entrepreneuriat féminin. Les données sur l'entrepreneuriat en Algérie telles qu'elles ressortent des bulletins d'informations des différentes institutions nationales ou locales sont rarement ventilées selon le genre.

Selon l'OCDE (2014), les entrepreneurs masculins et féminins dans le cas algérien, faisant partie de la région MENA, se différencient premièrement par le fait que les femmes entrepreneures proviennent de ménages à plus faible revenu comparativement à leurs homologues masculins. Ainsi, celles n'ayant pas d'autres choix que de compter sur

des ressources faibles pour démarrer leurs entreprises. Deuxièmement, ces femmes entrepreneures sont moins instruites que les hommes et comme troisième point, elles disposent beaucoup moins d'expérience professionnelle.

Ehlermann *et al* (2015, 2016), souligne que l'Algérie présente à l'échelle mondiale, le plus grand écart entre les deux sexes en matière d'entrepreneuriat, partageant ainsi avec eux, la part de 12% des femmes qui sont entrepreneures comparativement à 31% pour les hommes. De plus, un taux d'échec élevé d'entreprises dirigées par des femmes est enregistré. S'agissant des statistiques établies par le GEM (2011), le grand écart s'étale aussi entre les deux sexes, soit une TEA de 5,7% chez les femmes contre 12,3% chez les hommes. Ehlermann *et al* (2015, 2016) souligne que la proportion de TEA hommes-femmes varie de 1,5, dû à l'abandon du côté féminin. Les femmes algériennes font partie des femmes ayant plus peur de l'échec, présentant un manque de confiance en leurs capacités, et qui sont de ce fait moins optimistes quant aux possibles opportunités d'affaires. Aussi, l'accès au crédit et au financement est l'une des plus grandes difficultés rencontrées par les femmes entrepreneures. Comparant des statistiques allant de 2009 à 2016, nous relevons pratiquement le même écart en défaveur des femmes, s'expliquant par le manque d'effort et l'absence d'incitations juridiques ou autres dans la promotion de l'entrepreneuriat en Algérie en prenant en considération dans la définition et la pratique de leurs services d'accompagnement, la dimension genre.

Considéré ainsi, comme un obstacle social et juridique, Ehlermann *et al* (2015, 2016), précise l'existence de plus grandes inégalités juridiques entre les hommes et les femmes, exposant ainsi le rapport avec la séparation des biens et des règles en matière de succession très inégales.

Selon l'OCDE (2014) et Ehlermann (2015, 2016), l'Algérie fait partie des pays offrant des services d'accompagnement souvent mal adaptés ou méconnus des femmes entrepreneures.

Dans les deux derniers chapitres, nous avons abordé notre étude empirique portant sur la wilaya de Bejaia. Cette étude de cas est fondée sur une enquête de terrain, menée auprès d'un échantillon de 500 femmes étant en fin de cycle de formation au niveau de l'université Abderrahmane Mira de Bejaia ainsi qu'en formation professionnelle au niveau de l'INSFP, du CFPA féminin et mixte.

Nous avons d'abord exposé notre méthodologie de l'enquête ainsi que le *contexte de l'étude*. La présentation de la wilaya de Bejaia (notre contexte d'étude) a été nécessaire pour restituer le contexte de l'entrepreneuriat féminin, objet de notre étude. Nous retenons ainsi que l'entrepreneuriat féminin, tel qu'il ressort des données fournies par les institutions locales au niveau de la wilaya de Bejaia est trop peu développé et que les écarts entre les hommes et les femmes sont criants. Ces données officielles sont cependant relativement datées (2010 à 2012) et ne sont pas actualisées. Ainsi, nous disposons de celles de 2010 à 2012 et quelques-unes seulement datant de 2015 à 2016.

Conclusion générale

En 2010, celles-ci exposent un nombre de 11 887 PME privées masculines (92,67%) contre 940 féminines (7,33%). Les données du GEM (2011) confirment cet état de fait en soulignant la faiblesse de l'activité entrepreneuriale féminine (TEA féminin de 2,6% contre 18,4% chez les hommes).

Nous avons ainsi tenté d'affiner ces données en collectant, à travers notre enquête de terrain, des données sur l'entrepreneuriat féminin dans la région de Bejaia. Pour ce faire, nous avons opté pour la méthode de l'échantillonnage stratifié. Ainsi, avec les données des différents établissements concernés, nous avons obtenu un échantillon de 327 étudiantes en fin de cycle au niveau de l'université Abderrahmane Mira, 36 stagiaires au niveau de l'INSFP, 29 stagiaires au niveau du CFPA mixte ainsi que 74 stagiaires au niveau du CFPA féminin.

Durant la réalisation de notre enquête de terrain ayant débuté au mois de Mars 2014 jusqu'au mois de mars 2015, une période d'une année pratiquement. Nous nous sommes intéressés dans l'enquête à l'identification de l'enquêtée, au rôle des institutions dans l'encouragement de ces jeunes femmes à la création de leurs entreprises, aux données générales caractérisant les entreprises féminines dans le cas des jeunes étant déjà entrepreneures durant leur période de fin d'étude ainsi qu'aux démarches de création de ces entreprises et leur mode de gestion pratiquée.

Les obstacles rencontrés au cours de la réalisation de notre enquête sont nombreux, nous citons les coûts liés à l'impression des questionnaires et la réalisation de l'enquête ; la difficulté de l'obtention des bases de données par genre au niveau de tous les établissements désignés, la période s'étalant sur une année (l'exemple du directeur du CFPA féminin, étant femme ayant accepté au départ nos démarches d'enquête, remplacée par un homme ayant refusé toute rencontre afin de poursuivre notre enquête de terrain au niveau du CFPA), des refus de participation à l'enquête de la part des jeunes femmes sélectionnées, compréhension tardive de l'objectif de l'enquête et des notions d'entrepreneuriat de la part des jeunes femmes stagiaires au niveau des deux CFPA, du temps consommé et de sa gestion vu qu'il fallait respecter ces jeunes femmes étant en pleine préparation de leurs mémoires et rapports de stage, voire même des femmes ayant peur de répondre aux questions.

En dépit de tous ces obstacles, nous avons réussi à mener à terme notre enquête de terrain et à collecter une masse d'informations importante sur l'activité entrepreneuriale des femmes dans la région de Bejaia.

Les données collectées ont ainsi été traitées et analysées en ayant recours à l'analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM) appliquée sur une multitude de variables qualitatives que nous avons sélectionnées et jugées pertinentes. Cette analyse nous a permis de faire ressortir et définir des profils identifiés chez les jeunes femmes potentiellement entrepreneures et d'autres profils identifiés auprès des jeunes femmes déjà entrepreneures.

La définition des profils de femmes entrepreneures a été précédée par l'analyse descriptive des femmes de l'échantillon. Ces femmes sont majoritairement jeunes, âgées entre 20 et 24 ans, célibataires, avec un niveau d'études supérieur, ou ayant suivi une formation professionnelle le plus souvent en informatique ou dans les langues étrangères. Seulement 21,3% de ces jeunes femmes exercent une activité principale, 8,2% déclarent qu'elles sont indépendantes. Cependant, seulement 1,1% de ces femmes déclarent que l'activité est permanente. À côté de cette caractéristique, 4,9% d'entre elles sont des aides familiaux et 3% l'ont déjà été par le passé. 66% de ces femmes déclarent qu'elles n'exercent pas une activité principale car elles sont en cours de scolarité, 7,1% sont à la recherche d'un emploi, 1,5% d'entre elles sont des femmes au foyer sachant que 7,1% des femmes sont mariées.

Ayant des prédispositions à l'entrepreneuriat, du désir de création à la formulation de l'idée, jusqu'à leur encouragement institutionnel, la moitié de ces femmes connaissent au moins une femme désirant créer une entreprise ou l'ayant déjà créée. 15,5% de ces dernières sont de leurs familles proches ; 32% désirent s'associer entre elles. Près de 76% des femmes présentent un désir de création, cette part se confirme avec un fort pourcentage de 69% des femmes préférant le statut indépendant. 8,8% de ces femmes ont déjà connu une expérience de création. 56,3% de ces femmes présentent une idée de création. L'obstacle principal rencontré pour mettre en œuvre leur idée de création est le problème de financement. Seulement 42,4% des femmes présentant une idée de création sont encouragées par leur entourage familial et amical contre 10,5% soit 49 femmes qui ne le sont pas du tout. Pratiquement la moitié des femmes ayant débuté leurs démarches de création d'entreprises ne sont pas encouragées. Durant la création, l'obstacle le plus important est d'ordre socioculturel. Le besoin le plus souvent ressenti par ces femmes est d'ordre psychologique et financier. Leurs familles participent avec une part très faible à la culture entrepreneuriale féminine, soit 6,7% des femmes membres de leurs familles sont des chefs d'entreprises contre une part de 36,1% globalement.

L'un des points les plus importants à retenir est la part importante de ces femmes qui ne connaissent aucune politique de soutien à l'entrepreneuriat féminin (71%). Cela indique que l'information liée aux services d'accompagnement à l'entrepreneuriat n'est pas suffisamment ou mal diffusée. Il y'a aussi lieu de souligner l'ampleur de l'activité informelle féminine, relevée précédemment par d'autres études (BIT, 2008 ; Bellache 2010 ; Gherbi, 2014)

Concernant toujours l'aspect financier, traduit partiellement par l'héritage, 57,2% de ces femmes déclarent qu'elles n'osent pas demander leur part d'héritage de peur qu'elles soient écartées de la famille. Comme ce besoin a déjà été abordé au cours de notre enquête précédente (Hitache, 2015) et que son poids se présente encore, nous avons fait appel et nous avons réalisé un entretien sur cette question en 2018 auprès d'un magistrat au tribunal en Algérie. Celui-ci a répondu à nos questions en déclarant particulièrement

que selon les mœurs, les coutumes au niveau de la région de Bejaia, des inégalités entre les deux sexes sont flagrantes quand il s'agit de l'héritage. Cependant, même la loi et la jurisprudence dans leurs rôles n'ont rien apporté dans ce sens. En pratique, la législation peut influencer sur la possibilité, pour les femmes entrepreneurs, d'obtenir un crédit.

Les analyses AFCM effectuées et qui portent à la fois sur les femmes potentiellement entrepreneures et les femmes déjà entrepreneures ont permis de définir des profils bien déterminés. S'agissant des femmes entrepreneures potentielles, nous avons fait ressortir trois profils différents : les femmes encouragées potentiellement entrepreneures, les femmes découragées potentiellement entrepreneures ainsi que les femmes potentiellement entrepreneures par survie.

Contrairement à ces trois profils, nous retrouvons les femmes qui ne présentent aucun intérêt pour l'activité entrepreneuriale, il s'agit dans ce cas des femmes dépendantes.

Les femmes encouragées potentiellement entrepreneures, avec un âge variable sont celles, étant en couple, avec un niveau d'instruction supérieur préférant le statut d'indépendant et présentant un désir de création. Ces femmes sont encouragées par leur entourage familial et amical sur le plan financier, psychologique, conseils et idées de création ainsi que du côté du capital social. De plus, celles-ci déclarent avoir bénéficié d'un enseignement sur l'entrepreneuriat dans le cadre des institutions éducatives, les ayant aidés à franchir le pas vers l'entrepreneuriat.

Les femmes découragées potentiellement entrepreneures, partage le même âge que les précédentes, elles sont soit mariées ou fiancées. Autrement dit, ces femmes se sont engagées afin de fonder un foyer. Chez elles, l'idée de création est présente mais ne se prononcent pas sur le désir de création. Telles que les femmes traditionnellement destinées à s'occuper de leur foyer et des tâches ménagères, celles-ci, une fois mariées ne possèdent plus la liberté que certaines, avaient déjà. Nous retrouvons la position du sexe masculin et féminin dans ce cas, dans le sens où l'homme possède la prise de décision (Ehlermann, 2015, 2016 ; Hitache, 2018) au sein du foyer car celles-ci ne retrouvent pas d'encouragements même de la part de leurs époux ou fiancés. Parallèlement, elles manifestent aussi un besoin financier mais sont balancées entre suivre leurs entourages ou réaliser leurs idées, une décision importante à prendre face au passage à l'acte entrepreneurial.

Et *les femmes potentiellement entrepreneures par survie*. Dans le premier profil, les femmes affichent une approche. Celle, qui même si elles ne présentent pas d'idées de création ou d'intérêt envers l'entrepreneuriat mais plutôt par contrainte et survie car elles ont un statut de femmes divorcées, donnent naissance à une création d'une entreprise propulsée par ce besoin de survie.

Conclusion générale

D'un autre côté, nous avons défini une typologie de femmes étant déjà entrepreneures. Nous distinguons ainsi, trois types de profils à savoir l'entrepreneure contrainte, l'entrepreneure passionnée et responsable ainsi que l'entrepreneure passagère.

En effet ce qui différencie le profil des femmes potentiellement entrepreneures par survie des femmes entrepreneures contrainte, c'est le passage à l'acte entrepreneurial.

Les femmes entrepreneures contraintes, sont celles pour qui la fonction la plus répandue pour les femmes membres de leur famille est l'enseignement. De ce fait, elles ne sont pas concernées par la participation à l'activité entrepreneuriale. Elles considèrent que les institutions éducatives n'ont pas participé au déclenchement de l'acte entrepreneurial. Elles sont plutôt motivées par la peur (le facteur pusch exposé par Shapero, Sokol, 1982 ; Hitache, 2018) d'être rabaissées ou rejetées dans une société. Ces femmes investissent un capital allant de 10000 Da à 100000 Da et atteignent un chiffre d'affaire de 10000 Da à 20000 Da. Cependant, ces femmes ont seulement un statut de gérantes, ce qui explique l'investissement de départ par une tierce personne. Un point justifiant leur besoin d'appui financier.

Les entrepreneures passionnées et responsables, sont des femmes mariées ou fiancées, possédant un niveau d'instruction moyen, pouvant être associées avec une autre personne. Celles-ci créent leur activité entrepreneuriale avec un capital de départ de moins de 10000 Da et qui réalisent un chiffre d'affaire allant de 10000 Da à 100000 Da. Ces femmes sont dans le secteur artisanal. Elles sont motivées par le fait de vouloir développer leur propre idée, du goût du travail, de répondre aux besoins financiers de la famille, d'être reconnue en tant que femmes capables et responsables ainsi que le désir de leur autonomie financière.

Enfin, il y'a *l'entrepreneure passagère*. Il s'agit de femmes ayant un âge variant entre 25 et 29 ans, sont en couple, ont un niveau d'instruction supérieur. Ces femmes participent au bon fonctionnement des femmes membres de leur famille exerçant une activité à domicile. En tant qu'entrepreneures, elles se lancent dans le secteur des services, leur statut est celui de femmes créatrices/gérantes. Il s'agit des femmes ayant débuté leur activité entrepreneuriale avec trop peu de capital (un dinar symbolique), le chiffre d'affaire ne dépasse pas 10000 Da. Ces femmes sont motivées par l'envie de développer leurs propres idées, le désir d'avoir leur autonomie financière, être son propre patron et surtout le fait de se faire reconnaître en tant que femmes capables et responsables. Cependant, ces femmes n'exposent pas de vision à long terme, d'où l'appellation de passagère.

Ces deux derniers profils partagent et exposent le fait de vouloir développer leurs propres idées, le désir de leur autonomie financière ainsi que le fait de se faire reconnaître en tant que femme capable et responsable. Ainsi, les autres facteurs, les distinguent car comme le montre le deuxième profil, ces femmes démontrent le goût du travail et l'intérêt de répondre aux besoins de la famille.

Conclusion générale

Le point commun entre ces trois profils est le besoin exprimé en conseils et en appui financier.

Notre étude empirique est limitée par le fait qu'elle a été menée au niveau d'une seule région, Bejaia. Cela limite à la fois la portée de nos résultats et leur généralisation.

D'une autre part, notre échantillon est composé de jeunes femmes instruites, ayant reçu au moins une formation ou étant en cours de formation. Cela, écarte de facto, les femmes n'ayant pas reçu de formations, et qui exerçant des activités essentiellement à domicile. Vu notre définition des profils de femmes potentiellement entrepreneures et de femmes déjà entrepreneures, ces femmes n'ayant pas reçu de formations devraient faire le plus face aux obstacles socioéconomiques rencontrés.

C'est dans cette perspective que nous suggérons un approfondissement de ces aspects à savoir, le rôle des institutions juridiques dans la promotion de l'égalité des sexes, le poids de l'héritage en relation avec la création des entreprises féminines, l'étude des politiques de suivi et d'accompagnement aux entreprises féminines en activité, observation comportementale des responsables d'institutions financières versus les femmes demandant un crédit d'investissement mais aussi l'impact économique de ce type d'entrepreneuriat dans le territoire algérien.



Bibliographie

Bibliographie

1. Ouvrages

- ❖ ABEDOU A [et al]. 2004. « Entrepreneurs et PME : Approches algéro-françaises ». L'Harmattan, France, 282p.
- ❖ ABEDOU A [et al]. 2006. « De la gouvernance PME/PMI, regards croisés France Algérie ». Ed Harmattan, Paris, 339 p.
- ❖ AKTOUF O. 1987. « Méthodologie des Sciences sociales et approche qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et une critique ». HEC, Montréal : les presses de l'université du Québec, Québec, 190 p.
- ❖ BEL G. 2009. « L'entrepreneuriat au féminin ». Conseil économique social et environnemental, N 27, France, [Réf. Du 6 aout 2015], 94 p, disponible en PDF sur le site : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/094000521.pdf>
- ❖ BOURGEOIS C [et al]. 2006. « Le grand livre de la création d'entreprise ». Studyrama (2^{ème} édition), France, 212p.
- ❖ BOUROCHE J.M, SAPORTA G. 1980. « L'analyse des données ». PUF, Paris, 127p.
- ❖ CANTILLON R. 2011. « Essai sur la nature du commerce en général». 1755, Institut Coppet, Paris, [Réf. Du 6 aout 2015], 94 p, disponible en PDF sur le site : <https://www.institutcoppet.org/wp-content/uploads/2011/12/Essai-sur-la-nature-du-commerce-en-gener-Richard-Cantillon.pdf> ou en document original disponible sur le site :<https://play.google.com/books/reader?id=VAi68Pb4EjkC&printsec=frontcover&output=reader&hl=fr&pg=GBS.PA1>
- ❖ COLOT O. 2007. « La transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». Belgique, [Réf. Du 6 aout 2011], 467 p, disponible en PDF sur le site : http://www.entreprisefamiliale.fr/index.php/theses/item/download/41_1decb6ddca12df82760e558a75b2d305
- ❖ D. HISRICH R, PETERS M. 1991. « Entrepreneurship: Lancer, élaborer et gérer une entreprise ». ECONMICA, Paris, 587 p.
- ❖ DIVRY C, TROUVE P. 2004. « PME et innovations ». La documentation française, Paris, 215 p.
- ❖ DRUCKER P.F. 1986. « Innovation and Entrepreneurship : practice and principles ». Édition HarperBusiness, New York, 285 p, [Réf. Du 7 janvier 2018], 234 p, disponible en PDF sur le site : <http://businessnowllc.com/downloads/%5BDrucker,%201985%5D%20Innovation%20and%20Entrepreneurship.pdf>

- ❖ FAYOLLE A. 2003. « le métier de créateur d'entreprise ». Éditions d'Organisation, Paris, 223 p.
- ❖ FAYOLLE A. 2004. «Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre ». DUNOD, Paris, 392p.
- ❖ FAYOLLE A. 2005. « Introduction à l'entrepreneuriat ». DUNOD, Paris, 128p.
- ❖ FORTIN P.A. (2002). « La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté ». Collection entreprendre, Québec, Canada, 248 pages.
- ❖ GHIAT B. 2015. « Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie ». Éditions Publibook, Algérie, [Réf. Du 6 janvier 2018], 148 p, disponible en PDF sur le site <https://books.google.ca/books?id=EdhxBgAAQBAJ&pg=PA95&dq=les+motivations+des+femmes+entrepreneures&hl=fr&sa=X&ved=0ahUKEwii8pPJw87aAhVxtlkKHRITAN8Q6AEIXjAI#v=onepage&q=les%20motivations%20des%20femmes%20entrepreneures&f=false>
- ❖ GRIGNON F. 1998. « Richesse de l'homme, richesse de l'entreprise, Grands enjeux ». Editions Ellipses, 96 pages.
- ❖ JULIEN P.A, MARCHESNAY M. 1996. « L'Entrepreneuriat ». ECONOMICA, Paris, 112p.
- ❖ KABEER N. 2005. « L'intégration de la dimension genre à la lutte contre la pauvreté et objectifs du millénaire pour le développement ». Manuel à l'intention des instances de décision et d'intervention, L'Harmattan, Laval, Canada, [Réf. Du 12 mars 2012], 334 p, disponible en PDF sur le site : <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/32192/IDL-32192.pdf>
- ❖ NORTH C. 1990. « Institutional Change and Economic Performance ». Cambridge University Press. June, Washington, [Réf. Du 12 mars 2018], 152 p, disponible sur le site: <https://www.cambridge.org/core/books/institutions-institutional-change-and-economic-performance/AAE1E27DF8996E24C5DD07EB79BBA7EE#>
- ❖ MADOUCHE H. 1988. « L'entreprise et l'économie algérienne : Quel avenir ? ». LAPHOMIC, Alger, 175p.
- ❖ MARCHESNAY M. 2004. « Management stratégique ». Édition ADREG, France, [Réf. Du 12 mars 2011], 120p. disponible en PDF sur le site : http://asso.nordnet.fr/adreg/Adreg_08_MM.pdf
- ❖ MARCHESNAY M, TORRES O. 1998. « PME : De Nouvelles Approches ». ECONOMICA, paris, 189p.
- ❖ McCLELLAND D.C. 1961. « The achieving Society». Harvard University, D.Van Nostrand Company inc, Michigan, [Réf. Du 12 mars 2017], 516 p, disponible en PDF sur le site : <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015003646802;view=1up;seq=1>

- ❖ SAPORTA B, VERSTRAETE T. 1999. « Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, Comprendre ses actes ». Collection Economie et innovation dirigée par Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis, L'Harmattan, Paris, 208p.
- ❖ SAY J.B. 1803. « Traité d'économie politique, ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent ou se consomment les richesses ». Livre I : De la production des richesses, Paris: Calmann-Lévy Éditeur, 1972. Collection Perspectives de l'économique - Les fondateurs, produit en version numérique par Jean-Marie Tremblay. 2001, [Réf. Du 12 mars 2015], 572 p, disponible en PDF sur le site : http://classiques.uqac.ca/classiques/say_jean_baptiste/traite_eco_pol/traite_eco_pol.ht ml ou <http://dx.doi.org/doi:10.1522/cla.saj.tral>
- ❖ SCHUMPETER. J. 1911. « La théorie de l'évolution économique : Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt, et le cycle de la conjoncture ». chapitres IV à VI, édition française, Chicoutimi, Québec, 2002. [Réf. Du 12 mars 2011], 106 p, disponible en PDF sur le site : http://classiques.uqac.ca/classiques/Schumpeter_joseph/theorie_evolution/theorie_evolution_2.pdf
- ❖ VERSTRAETE T. 2000. « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat ». Management et Société, Paris, 293P.
- ❖ VERSTRAETE T. 2002. « Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat ». Edition ADREG, France, [Réf. Du 12 mars 2011], 120p. disponible en PDF sur le site : http://asso.nordnet.fr/adreg/Adreg_1.PDF
- ❖ VERSTRAETE T, SAPORTA B. 2006. « Création d'entreprise et entrepreneuriat ». Edition ADREG, France, [Réf. Du 12 mars 2011], 518p, disponible en PDF sur le site : <http://asso.nordnet.fr/adreg/adreg%2010%20TV%20BS.pdf>.
- ❖ WEBER M. 2002. « L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme : 1904-1905 ». version numérique par TREMBLAY Jean-Marie, Québec, [Réf. Du 2 décembre 2007], http://classiques.uqac.ca/classiques/Weber/ethique_protestante/Ethique_protestante.pdf

2. **Thèses**

- ❖ ABDERHAMANE K.S. 1997. « Caractéristiques de l'entrepreneurship féminin au Mali ». Travail de recherche, Msc en Economie, l'Université du Québec à Chicoutimi, Québec, [Réf. Du 21 mars 2011], 143p, disponible en PDF sur le site : <http://bibvir.uqac.ca/theses/11622039/11622039.pdf>.
- ❖ BELLACHE Y. 2010. « L'économie informelle en Algérie, une approche par enquête auprès des ménages : le cas de Bejaia » Université de Bejaia et Paris- Est Créteil, Algérie et France, [Réf. Du 05 mai 2017], 251 p, disponible sur le site : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00593812/document>
- ❖ BOURGUIBA. M. 2007. « De l'intention à l'action entrepreneuriale : Approche comparative auprès de TPE françaises et tunisiennes ». Université Nancy 2, France,

- [Réf. Du 05 mai 2018], 329 p, disponible sur le site : http://docnum.univ-lorraine.fr/public/NANCY2/doc283/2007NAN22003_1.pdf
- ❖ BRUYAT C. 1993. « Création d'entreprises : contributions épistémologiques et modélisation ». Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), France, [Réf. Du 12 mars 2011], 435p, disponible en PDF sur le site : http://asso.nordnet.fr/adreg/These_C_Bruyat.pdf.
 - ❖ CADIEUX L. 1999. « la succession en entreprise familiale: Analyse du processus dans le cas de quatre entreprises manufacturières fondées par des femmes ». Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des PME et de leur environnement, Université de Québec à trois rivières, Québec, [Réf. Du 28 mars 2011], 187p. disponible en PDF sur le site : http://www.irec.net/upload/File/memoires_et_theses/230.pdf
 - ❖ CHEIKH ABDOUL K.M. 2008. « Les modes de gestion des hommes et des femmes entrepreneurs dans les petites et moyennes entreprises (PME) à Dakar ». Travail de recherche, Université cheikh anta diop de Dakar, CRDI, [Réf. Du 15 mars 2011], 129 p, disponible en PDF sur le site : http://www.senggenre-ucad.org/test2/docs/M%C3%A9moires_finaux/Kader%20final.pdf.
 - ❖ CONEO Y. 2016. « Les stratégies de conciliation travail-famille des femmes entrepreneures de la capitale nationale ». Travail de recherche, Université Laval, Canada, 170p.
 - ❖ HITACHE L. 2011. « Le profil de la femme entrepreneure en Algérie : Cas de la wilaya de Bejaia ». Mémoire de Master 2 en sciences de gestion, Option Management économique des territoires et entrepreneuriat (METE), Université de Bejaia, Algérie, 219 p.
 - ❖ LAVOIE D. 1988. « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée ». Ottawa, Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Canada, [Réf. Du 4 janvier 2017], 64p, disponible en PDF sur le site : http://www.cubiq.ribg.gouv.qc.ca/in/faces/details.xhtml?id=p%3A%3Ausmarcdef_0000110098
 - ❖ MAYOUX L. 2001. « Jobs, Gender and Small Enterprises: Getting the Policy Environment Right ». International Labour Office Geneva, N°15, Switzerland, [Réf. Du 4 janvier 2018], 139p, disponible en PDF sur le site : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/documents/publication/wcms_111394.pdf
 - ❖ SMADI A. 2018. « Analyse de la contribution de l'entrepreneuriat féminin formel et informel au développement territorial dans la wilaya de Tizi-Ouzou : Entre résilience et vulnérabilité- Illustration par des activités traditionnelles », Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, Algérie, 382 p.

- ❖ TOUNÉS A. 2003. « L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE ». Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Rouen, France, [Réf. Du 4 septembre 2011], 462p, disponible en PDF sur le site : http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/theses/docteur_azzedine1.pdf.

3. **Articles et communications**

- ❖ ADAIR P, BELLACHE Y. 2008. « Emploi informel et secteur privé en Algérie : Contraintes et gouvernance de la création d'entreprises », Algérie, France, [Réf. Du 1 mai 2011], 22P. <http://fseg2.univ-tlemcen.dz/pdfmecas/Philippe%20ADAI%20%20&%20Youghourtha%20BELLACHE%20.pdf>
- ❖ ADAIR P, BELLACHE Y. 2015. « Segmentation du marché du travail et mobilité professionnelle en Algérie ». Cahiers du Cirtes Hors-série N 5, Presses universitaires de Louvain, France, 16 p.
- ❖ AUDET J [et al]. 2002. « L'entrepreneuriat du secteur manufacturier québécois : Caractéristiques et accès au financement ». HEC, Montréal, Canada, [Réf. Du 12 mars 2011], 17p, disponible en PDF sur le site : <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2002/175FA%20-%20St-Cyr-Audet-Carrier-Legare.pdf>
- ❖ BACCINI A. 2010. « Statistique Descriptive Multidimensionnelle ». Publications de l'Institut de Mathématiques de Toulouse, Toulouse, France [Réf. Du 1 septembre 2011], 33p, disponible en PDF sur le site : <http://www.math.univ-toulouse.fr/~baccini/zpedago/asdm.pdf>.
- ❖ BAYAD M [et al]. 2007. « L'équipe entrepreneuriale : rôle de la diversité dans le processus entrepreneurial ». Académie de l'Entrepreneuriat, France, [Réf. Du 16 février 2011], 17p, disponible en PDF sur le site : <http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/ressources/actes05/Toutain.pdf>.
- ❖ BELARBI Y, FERFERA M.Y. 2006. « L'impact des caractéristiques entrepreneuriales sur le développement des entreprises en Algérie : Etude de cas ». Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset, Algérie, [1 mai 2011], 14p, disponible en PDF sur le site : <http://www.compentes-entrepreneuriales.net/admin/saisie/doc/497374b03e3c5belarbialgerieentrepreneuriat.pdf>
- ❖ BELATTAF M. 2001. « L'aide à la création d'entreprises et dynamique de l'emploi : Evaluation de l'expérience de la micro-entreprise dans la wilaya de Bejaia ». Cahiers du CREAD n°58, 4ème trimestre, Algérie, pages 61-88.
- ❖ BELHADJ. M, MEZGHANI L. 2008. « Projet intégré : Culture entrepreneuriale et création d'entreprises- CE et CE, Expérience du CUIES de Sfax ». Téthys, Université

- Euro-méditerranéenne, [Réf. Du 1 mai 2018], disponible en PDF sur le site : <https://tethys.univ-amu.fr/sites/tethys.univ-amu.fr/files/reunion/ce2.pdf>
- ❖ BERREZIGA A, MEZIANE A. 2012. « La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens ». Colloque national sur les stratégies d'Organisation et d'Accompagnement des PME en Algérie, Université Kasdi Marbah, Ouargla, [Réf. Du 1 mai 2018], 15p, disponible en PDF sur le site : https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/2705/1/BERREZIGA_AMINA.pdf
 - ❖ BOUFENIK F. 2010. « Travail et Genre en Algérie ». Colloque Rabat, Maroc, [Réf. Du 1 mai 2011], 15p, disponible en PDF sur le site : http://www.ulb.ac.be/soco/colloquerabat/papiers/articles_definitifs/RS1_Boufenik.pdf.
 - ❖ BOURDIEU P. 1976. « Le sens pratique ». Actes de la recherche en sciences sociales, Vol 2, N° 1, [Réf. Du 1 mai 2018], 43p, disponible en PDF sur le site : https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1976_num_2_1_3383
 - ❖ BOWEN D. D, HISRICH D. R. 1986. « The Female Entrepreneur : A Career Development Perspective ». Academy of Management Review, Vol 11, N° 2, Oklahoma, [Réf. Du 1 mai 2018], 23p, disponible en PDF sur le site : <https://journals.aom.org/doi/pdf/10.5465/amr.1986.4283366>
 - ❖ BRUSH C. G. 1992. « Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions» Entrepreneurship Theory & Practice, Texas, [Réf. Du 1 janvier 2018], 27 p, disponible en PDF sur le site : <https://cemi.com.au/sites/all/publications/Brush%201992.pdf>
 - ❖ BYGRAVE W, HOFER C. 1991. « Theorizing about entrepreneurship ». Entrepreneurship : Theory and practice, vol 16, [Réf. Du 1 mars 2018], 10p, disponible en PDF sur le site : <https://www.bibsonomy.org/bibtex/2e0b180bac4def30e6c0a2b629b64bf3b/jrennstich>
 - ❖ CARRIER C [et al]. 2006. « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années ». Gestion, Vol 31, N 2, Québec, [Réf. Du 1 mars 2018], 16p, disponible en PDF sur le site : file:///C:/Users/Greybel/Downloads/Carrier_Julien_Menvielle2006.pdf
 - ❖ CARTER S, RORA P. 1998. « The financing of male- and female-owned businesses» Entrepreneurship and Regional Development, Vol 10, [Réf. Du 1 mars 2018], 17p, disponible en PDF sur le site : <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985629800000013>
 - ❖ COLOT O [et al]. 2007. « Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat ». Académie universitaire Wallonie, Bruxelles. [Réf. Du 1 mai 2011], 20p, disponible en PDF sur le site : <file:///C:/Users/Greybel/Downloads/Working%20paper%202007-3a%20-%20Influence%20des%20facteurs%20socio->

[%C3%A9conomiques%20et%20culturels%20sur%20l%27E2%80%99entrepreneuriat.pdf](#)

- ❖ EDWARDS, J. R, ROTHBARD, N. P. 2000. « Mechanisms Linking Work and Family: Clarifying the Relationship between Work and Family Constructs ». *Academy of Management Review*, 25, [Réf. Du 1 mai 2011], 21p, disponible en PDF sur le site : [http://www.scirp.org/\(S\(vtj3fa45qm1ean45vvffcz55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1813178](http://www.scirp.org/(S(vtj3fa45qm1ean45vvffcz55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1813178)
- ❖ ELABJANI A. 2006. « La création d'entreprises au Maroc entre l'effet de la nouvelle politique de promotion et l'état d'esprit », Colloque International : « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, Algérie.
- ❖ EMIN S, PHILIPPART P. 2015. « David Clarence McClelland. La motivation de l'entrepreneur ». ReserchGate, France, [Réf. Du 1 mai 2018], 20 p, disponible en PDF sur le site : [file:///C:/Users/Greybel/Downloads/DavidCMcClellandLamotivationdelentrepreneur%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Greybel/Downloads/DavidCMcClellandLamotivationdelentrepreneur%20(2).pdf)
- ❖ FAYOLLE A, VERSTRAETE T. 2005. « Paradigmes et entrepreneuriat ». *Revue de l'entrepreneuriat*, vol 4, N°1, France, [Réf. Du 12 mars 2011], 20p. disponible en PDF sur le site : http://asso.nordnet.fr/r-e/RE0401tv_af.pdf.
- ❖ FONROUGE C. 2002. « Entrepreneur/ manager : deux acteurs d'une même pièce ». [Réf. Du 1 mai 2001], 17p, disponible en PDF sur le site : <http://www.strategie-aims.com/actes02/Fichiers/fonrouge.pdf>.
- ❖ GARTNER W. 1985. « A conceptual Framework for Describing the phenomenon of New Venture Creation ». *Academy of Management Review*, Vol 10, N° 4, États-Unis, [Réf. Du 12 mars 2016], 10 p, disponible en PDF sur le site : <https://www.elgaronline.com/view/9781783471140.00006.xml>
- ❖ GARTNER W. 1988. « Who is an entrepreneur: is the wrong question? ». University of Baltimore, [Réf. Du 12 mars 2011], 22p. disponible en PDF sur le site : <http://asso.nordnet.fr/adreg/gartner%20who%20is%20an%20entrepreneur.pdf>
- ❖ GHERBI H, 2014. « Caractéristiques et déterminants de l'emploi informel féminin en Algérie. Le cas de la wilaya de Bejaia ». *l'économie informelle dans les pays en développement : Déterminants, genre et dynamiques d'emploi*, N 166, Algérie, France, [Réf. Du 16 février 2018], 9 p, disponible en PDF sur le site : http://www.erudite.univ-paris-est.fr/evenements/colloques-et-conferences/atm-2013-communications-full-papers/?eID=dam_frontend_push&docID=25228
- ❖ GILLET A. 2004. « Les femmes créatrices de petites et moyennes entreprises en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnels et stratégies d'existence ». [Réf. Du 16 février 2011], 19 p, disponible en PDF sur le site : http://www.ulb.ac.be/soco/colloquerabat/papiers/articles_definitifs/RS4_Gillet.pdf.

- ❖ GONZALEZ P.L. 2012. « Analyse des correspondances multiples ». [Réf. Du 1 septembre 2012], 29 p, disponible en PDF sur le site : http://maths.cnam.fr/IMG/pdf/ANALYSE_DES_CORRESPONDANCES_MULTIPLESbis-2.pdf.
- ❖ GREENHAUS J. H, POWELL, G. N. 2003. « When Work and Family Collide: Deciding between Competing Role Demands». *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, [Réf. Du 1 février 2018], 19 p, disponible en PDF sur le site : [http://dx.doi.org/10.1016/S0749-5978\(02\)00519-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0749-5978(02)00519-8)
- ❖ GRISÉ J, LEE GOSSSELIN H. 1987. « Les femmes propriétaires-dirigeantes de la région de Québec 03 : Mythes et réalités ». Laboratoire de recherche, faculté des sciences de l'administration, Université Laval, Québec.
- ❖ GRISÉ J, LEE GOSSSELIN H. 1989. « Les femmes propriétaires-dirigeantes : mythes et réalités », *Revue PMO*, Vol 3, N01.
- ❖ HERNANDEZ E.M. « Corporate entrepreneurship et coaching ». [Réf. Du 4 avril 2011], 27p, disponible en PDF sur le site : <https://www.thomas-legrain-conseil.com/blog/wp-content/documents/intrapreneuriat/corporate-entrepreneurship-and-coaching.pdf>
- ❖ HITACHE. L et M.A. K. 2014. « Approche institutionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie », Présenté lors d'un colloque international, université Ibnou Zohr en collaboration avec l'université Paris Dauphine, Maroc, 14 p.
- ❖ HITACHE. L et M.A. K. 2015. « L'intention entrepreneuriale des jeunes diplômées en Algérie : Contraintes socio-économiques et perspectives ». Présenté à l'université Abou-Bekr Belkaid, Algérie, 23 p.
- ❖ HITACHE. L. et M.A. K. 2015. « Promotion sociale et insertion économique de la femme en Algérie : Cas des entrepreneures de la wilaya de Bejaia ». *Revue Economie et Management*, Tlemcen, 27 p.
- ❖ JAOUEN A. 2008. « Le dirigeant de très petite entreprise : Eléments typologiques », Montpellier : GSCM. [Réf. Du 4 avril 2011], 20p, disponible en PDF sur le site : <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2008/C16.pdf>.
- ❖ JULIEN P.A. 2008. « Trente ans de théorie en PME : de l'approche économique à la complexité ». *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, vol. 21, n° 2, [Réf. Du 22 février 2018], 27p. disponible en PDF sur le site : <http://id.erudit.org/iderudit/029433ar>.
- ❖ KETS DE VRIES M. 1985. « The darker side of entrepreneurship ». INSEAD, Fontainebleau, France, N 85 / 18, [Réf. Du 4 avril 2017], 39 p, disponible en PDF sur le site : https://flora.insead.edu/fichiersti_wp/Inseadwp1985/85-18.pdf
- ❖ LACHACHI T, AOUL W. 2006. « L'entrepreneur Algérien émergence d'une nouvelle classe ». Colloque international : Les critères de qualification des petites et moyennes

- entreprises dans les pays arabes, [réf. Du 1 avril 2011], disponible en PDF sur le site : <http://ratoulrecherche.jeeran.com/206lachachi-TABET.pdf>.
- ❖ LAURENT. P. 1989. « L'entrepreneur dans la pensée économique ». Editions EMS, Vol 2, N° 1, Québec, [Réf. Du 05 mai 2018], 15 p, disponible en PDF sur le site : <https://www.erudit.org/fr/revues/ipme/1989-v2-n1-ipme5006451/1007907ar.pdf>
 - ❖ LEGER-JARNIOU C. 2001. « À propos de promotion auprès des jeunes : Esprit d'entreprise ou esprit d'entreprendre ». Maître de conférence Habilitée en sciences de gestion, Actes du Forum « L'entrepreneuriat dans la Grande Région », Luxembourg, [Réf. Du 8 janvier 2018], 9 p, disponible en PDF sur le site : file:///C:/Users/Greybel/Downloads/A_PROPOS_DE_PROMOTION_AUPRES_DES_JEUNES_ESPRIT_D_.pdf
 - ❖ LE MAUX B. 2012. « Le choix de l'échantillon : produire et préparer les variables, statistiques, logiciels et enquête ». France, [Réf. Du 8 janvier 2011], 21p, disponible en PDF sur le site : <http://perso.univ-rennes1.fr/benoit.le-maux/Echantillon.pdf>.
 - ❖ LOSCOCCO. K, LEIGHT. K. 1993. « Gender: Work-family linkages and economic succes among small-business owners ». Journal of Marriage and the Family, [Réf. Du 05 mai 2018], 12 p. https://www.researchgate.net/publication/270256949_Gender_Work-Family_Linkages_and_Economic_Success_Among_Small_Business_Owners
 - ❖ MADOUÏ M. 2008. « Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie (un essai de typologie) ». Cahiers du CREAD N°85-86, 13p.
 - ❖ MADOUÏ M. 2007. « les petits entrepreneurs d'origine maghrébine». Hommes et Migrations, France, [Réf. Du 05 mai 2018], 12 p, disponible en PDF sur le site : https://www.persee.fr/doc/homig_1142-852x_2007_num_1266_1_4583
 - ❖ MADOUÏ M. 2003. « Créer son entreprise à défaut de trouver un emploi : Le cas des entrepreneurs issus de l'immigration maghrébine » Cosmo politiques N°9, [Réf. Du 05 mai 2018], 16 p, disponible en PDF sur le site : <http://www.cosmopolitiques.com/sites/default/files/Madouï%20n%C2%B09.pdf>
 - ❖ MCGRAW E, ROBICHAUD Y. 2004. « Les objectifs entrepreneuriaux comme facteur explicatif de la taille des entreprises ». 7^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, CIFEPME, Montpellier, [Réf. Du 1 septembre 2011], 15p, disponible en PDF sur le site : <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2004/073.pdf>.
 - ❖ MINER J.B, SMITH N.R. 1983. « Type of entrepreneur, Type of firm, and Managerial Motivation: Implications for Organizational Life Cycle Theory ». Strategic Management Journal, Vol 4, USA, Réf. [Du 1 mai 2011], 17p, disponible en PDF sur le site : [http://morgana.unimore.it/vecchi_patrizia/role%20of%20founder/Smith%20%20Miner%20\(1983\)_SMJ.pdf](http://morgana.unimore.it/vecchi_patrizia/role%20of%20founder/Smith%20%20Miner%20(1983)_SMJ.pdf)

- ❖ MORDUCH, J. 1999. « The microfinance promise » Journal of Economic Literature, Vol XXXVII, December, [Réf. Du 1 septembre 2017], 46 p, disponible en PDF sur le site : https://wagner.nyu.edu/files/faculty/publications/1999-12-Microfinance_Promise.pdf.
- ❖ NOAILLES-SIMÉON P. 2013. « De l'entrepreneur à l'innovateur dans une économie dynamique ». Business & Innovation, [Réf. Du 4 avril 2018], 28 p, disponible en PDF sur le site : <http://seillans.net/wp-content/uploads/2015/09/2013-PNS-Linnovateur-PeterLang.pdf>
- ❖ PERRET V. 2009. « Manfred FR KETS De VRIES Leadership et névroses organisationnelles », 2^{ème} édition, EMS Management et société, [Réf. Du 4 avril 2011] 18p. disponible en PDF sur le site : http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/53/63/06/PDF/EMS_Kets_de_Vries_2009_.pdf
- ❖ REDIEN-COLLOT R. 2006. « Pour une approche genre de l'entrepreneuriat ». Académie de l'entrepreneuriat, réseau de recherche genre et entrepreneuriat, France, [Réf. Du 12 mars 2011], 25p, disponible en PDF sur le site : <http://www.thomas-legrain.com/wp-content/documents/entrepreneuriat/pour-une-approche-genree-entrepreneuriat-academie-entrepreneuriat.pdf>.
- ❖ SHAPERO A, SOKOL L. 1982. « The social dimensions of entrepreneurship ». Encyclopedia of entrepreneurship, [Réf. Du 12 mars 2018], 18 p, disponible en PDF sur le site : <http://maint.ssrn.com.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/site-unavailable.html>
- ❖ SCOTT L.R, SHAVER K.G. 1991. « Person, Process, Choice : The Psychology of New Venture Creation ». Baylor University, Texas, [Réf. Du 29 mai 2018], 24p, disponible en PDF sur le site : <https://cemi.com.au/sites/all/publications/Shaver%20and%20Scott%201991.pdf>
- ❖ STEINER. P. 1997. « La théorie de l'entrepreneur chez Jean-Baptiste Say et la tradition Cantillon-Knight ». HEC, Montréal, Vol 73, N° 4, Montréal, [Réf. Du 29 avril 2018], 18 p, disponible en PDF sur le site : <file:///E:/Finalisation%20de%20ma%20th%C3%A8se%20de%20doctorat/Bibilographie%20dans%20sa%20finalisation/602243ar.pdf>
- ❖ STEVENSON H. H et JARILLO J-C. 1990. « A paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial management ». Strategic Management Journal, 11, USA, [Réf. Du 4 avril 2017], 12p, disponible en PDF sur le site : https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/JOURNALS/unreadable_Journal%20Strategic%20Management%20486667.pdf
- ❖ TOUNES A. 2005. « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept ». CREGO, Rouen. [Réf. Du 4 avril 2011], 23p, disponible en PDF sur le site : https://www.pairault.fr/ehess/doc/entrepreneur_3.pdf

- ❖ WESTHEAD. P. 2003. « Comparing the performance of male-and female-controlled businesses ». Journal of Small Business and Entrepreneurship Development, Vol 10, Issue 2, MBC UP Limited, Angleterre, [Réf. Du 04 avril 2018], 8 p, disponible en PDF sur le site : <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/14626000310473265>

4. **Rapports et documents**

- ❖ ABEDOU A [et al]. 2011. «L’entrepreneuriat en Algérie». Données de l’enquête GEM, Rapport Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Algérie, Allemagne, [Réf. Du 8 janvier 2018], 116 p, disponible en PDF sur le site : [file:///C:/Users/Greybel/Downloads/Rapport%20GEM%202011%20Algeria%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Greybel/Downloads/Rapport%20GEM%202011%20Algeria%20(1).pdf)
- ❖ ACLDQ, Association des Centres Locaux de Développement du Québec (ACLDQ). 2010. « Guide des bonnes pratiques en matière de développement local ». La gouvernance, Québec.
- ❖ AFEM, Association des Femmes Chefs d’Entreprises au Maroc (AFEM). 2010. « Guide d’appui au développement de l’entrepreneuriat féminin au Maghreb ». Etude N°23, Maroc, 67p.
- ❖ AFFES [et al]. 2008. « Culture entrepreneuriale ». Université de Sfax, Tunisie, Réf. Du 13 janvier 2017], 34 p, disponible en PDF sur le site : <https://fr.scribd.com/document/345609708/1-Support-du-Module-Culture-Entrepreneuriale-1-2-pdf>
- ❖ AMOROS & BOSMA. 2014. « *Fifteen Years of Assessing Entrepreneurship Across the Globe*». Rapport global, Global Entrepreneurship Monitor 2013, Bodson, Universidad del Desarrolllo, Universiti Tun Abdul Razak, Réf. Du 13 janvier 2017], 104p : http://www.spiritslovenia.si/resources/files/doc/publikacije/GEM_Global_Report_2013.pdf
- ❖ BIT, Bureau International du Travail. 2017. « Évaluation nationale du développement de l’entrepreneuriat féminin en Algérie : Situation et recommandations ». OIT, Algérie, [Réf. Du 12 mai 2018], 96 p, disponible en PDF sur le site : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_568885.pdf
- ❖ CHENNOUF S, HAFSI T. 2007. « Femmes entrepreneures, Femmes au foyer et Femmes salariées : Le cas de l’Algérie ». HEC, Montréal, [Réf. Du 1 mai 2011], 59p, disponible en PDF sur le site : <https://docplayer.fr/21909087-Femmes-entrepreneurs-femmes-au-foyer-et-femmes-salaries-le-cas-de-l-algerie.html>
- ❖ DE BEAUFORT V, 2011. « La création d’entreprise au féminin en Europe 2011-Éléments comparatifs ». Research Center, ESSEC working paper 1105, France, [Réf. Du 12 mars 2018], 71p, disponible en PDF sur le site :

<http://www.mega.public.lu/fr/publications/references-etudes-externes/2011/creation-entreprise-feminin/creation-dentreprise-au-feminin.pdf>

- ❖ DPAT. 2015. « Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia ». Algérie, [Réf. Du 12 juin 2018], 96 p, disponible en PDF sur le site : <http://www.univ-bejaia.dz/doc/Annuaire%20Statistique%202015.pdf>
- ❖ DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaïa 2009, édition 2009, Algérie, 109p.
- ❖ DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaïa 2009, édition 2010, Algérie, 167p.
- ❖ DTSP, Direction Technique chargée des Statistiques de la Population et de l'Emploi, 2016. « Activité, emploi et chômage en avril 2016 », Algérie, [Réf. Du 12 mai 2018], 20 p, disponible en PDF sur le site : http://www.ons.dz/IMG/Emploi_Avril_2016.pdf
- ❖ EHLERMANN N et al. 2016. « Femmes entrepreneurs dans la région MENA : Caractéristiques, défis et options politiques ». Tendances économiques, OCDE, AFKAR/ IDEES, 2015 et 2016, [Réf. Du 12 mars 2018], 4 p, disponible en PDF sur le site : http://www.iemed.org/observatori/arees-danalisi/arxius-adjunts/afkar/afkar-48/entrepreneurs_Fares_AIHussamia_afkar48_fr.pdf
- ❖ FEMMESSOR. 2011. « Vers une stratégie de l'entrepreneuriat : L'entrepreneuriat féminin comme stratégie de développement économique au Québec ». Mémoire collectif, dans le cadre de la tournée de consultation sur la stratégie québécoise de l'entrepreneuriat au ministère du développement économique, de l'innovation et de l'exportation (MDEIE), Les onze Femmessor du Québec, Québec, [Réf. Du 21 mars 2011], 38p, disponible en PDF sur le site : <http://www.femmessor.com/files/documents/dm/62/memoire-femmessor-strategie-entrepreneuriat-mdeie-8-f-vrier.pdf>
- ❖ FORTIN P.A. 2004. « La culture entrepreneuriale : un antidote à la pauvreté ». République islamique de Mauritanie, Canada, [Réf. Du 8 janvier 2018], 76 p, disponible en PDF sur le site : <http://litt2012.scienceontheweb.net/wp-content/uploads/2012/11/culture-entrepreneuriale-antidote-pauvrete.pdf>
- ❖ ID, Industrie du Commerce. 2000. « Portrait statistique des femmes entrepreneures ». Québec, [Réf. Du 8 janvier 2018], 35 p, disponible en PDF sur le site : https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/publications/etudes_statistiques/entrepreneuriat_pme/entrepreneuriat_feminin_statistique.pdf
- ❖ JORA. 2001. « La loi d'orientation sur la promotion de petite et moyenne entreprise (PME) ». Journal officiel de la république algérienne, N°77, Algérie, [Réf. Du 8 juin 2011], 4 p, disponible en PDF sur le site : <http://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/60377/77646/F1287131857/DZA-60377.pdf>
- ❖ JORA. 2017. « La loi d'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise (PME) ». Journal officiel de la république algérienne, N°02, Algérie, [Réf.

- Du 8 mars 2018], 6 p, disponible en PDF sur : <https://www.droit-afrique.com/uploads/Algerie-Loi-2017-02-orientation-developpement-pme.pdf>
- ❖ LAFORTUNE A, ST-CYR L. 2000. « La perception de l'accès au financement chez les femmes entrepreneures ». Direction des communications, MIC, Québec, [Réf. Du 8 juin 2018], 76 p, disponible en PDF sur le site : https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/publications/etudes_statistiques/entrepreneuriat_pme/entrepreneuriat_feminin_perception_acces.pdf
 - ❖ LÉGARÉ M. H, ST-CYR L. 2000. « Portrait statistique des femmes entrepreneures : les indicateurs de l'entrepreneuriat féminin et la disponibilité des données sur les femmes et leur entreprise ». Direction des communications, MIC, Québec, [Réf. Du 8 juin 2018], 35 p, disponible en PDF sur le site : https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/publications/etudes_statistiques/entrepreneuriat_pme/entrepreneuriat_feminin_statistique.pdf
 - ❖ MIM, ministère de l'industrie et des mines. 2017. « Bulletin d'information statistique N° 31 ». Algérie, [Réf. Du 13 mai 2018], 45 p, disponible en PDF sur le site : http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/Bulletin_PME_N_31Vf.pdf
 - ❖ MIM, ministère de l'industrie des mines. 2016. « Bulletin d'information statistique N° 29 ». Algérie, [Réf. Du 13 mai 2018], 46 p, disponible en PDF sur le site : http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/Bulletin_PME_N_29_V8.pdf
 - ❖ MPMEA, ministère de la PME et de l'artisanat. 2015. « Bulletin d'information statistique N° 26 ». Algérie, [Réf. Du 13 mai 2018], 63 p, disponible en PDF sur le site : http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/Bulletin_PME_no26.pdf
 - ❖ MPMEA, ministère de la PME et de l'artisanat. 2009 « Bulletin d'information statistique N°16 ». Algérie, 60 p.
 - ❖ OCDE. 2004. « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale : Vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée ». 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes (PME), Istanbul, OCDE, [Réf. Du 4 avril 2018], 49 p. Disponible en PDF sur le site : <https://www.oecd.org/fr/cfe/pme/31947138.pdf>
 - ❖ OCDE. 1997. « Les femmes entrepreneures à la tête de PME ». Paris, 2000, [Réf. Du 01 Janvier 2018], 20p. disponible en PDF sur le site : <https://www.oecd.org/fr/cfe/pme/1886471.pdf>
 - ❖ OCDE-MENA, 2014. « Women in Business2014 : Accelerating Entrepreneurship in the Middle East and North Africa Region», paris, [Réf. Du 13 juin 2018], 163p. disponible en PDF sur le site : <http://www.oecd.org/publications/women-in-business-2014-9789264213944-en.htm>
 - ❖ ONS, 2014. « Annuaire statistique de l'Algérie ». Vol N° 30, [Réf. Du 13 février 2018], Algérie, 467p. disponible en PDF sur le site : <http://www.ons.dz/IMG/pdf/AnRes10-12No30.pdf>

- ❖ ONUDI, 2003. « Une voie pour sortir de la pauvreté : Développer l'entrepreneuriat rural et féminin ». Économie environnement emploi, Vienne. [Réf. Du 21 mars 2011], 34p, disponible en PDF sur le site : https://www.unido.org/sites/default/files/2009-04/Une_voie_pour_sortir_de_la_pauvrete_0.pdf
- ❖ Rapport et projet de propositions de la commission économie et développement. 2008. « Propositions pour favoriser le développement des petites et moyennes entreprises africaines ». Paris, [Réf. Du 21 mars 2011], 91p, disponible en PDF sur le site : <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/084000185/0000.pdf>
- ❖ Rapport régional GEM-MOAN 2009 sur l'activité entrepreneuriale, centre de recherche pour le développement international, Canada, 178p.
- ❖ ST-CYR L. 2001. « Banque de données sur les entrepreneures québécoises ». Ministère de l'industrie et du commerce, HEC, Montréal, [Réf. Du 03 mars 2018], 219 p, disponible en PDF sur le site : https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/gestion_entreprises/entrepreneuriat/rapport_banque_donnees_entrepreneures.pdf
- ❖ VASSEUR E. 2015. « Economie de l'innovation et du progrès technique ». Economie de de l'innovation, France, [Réf. Du 21 mars 2018], 92 p, disponible en PDF sur le site : http://www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/eco_innov_cours.pdf
- ❖ WORLD BANK. 2016. « Women, Business and the Law : Getting to equal ». Washington, [Réf. Du 8 janvier 2018], 272 p, disponible en PDF sur le site : <http://pubdocs.worldbank.org/en/810421519921949813/Women-Business-and-the-Law-2016.pdf>

Sites :

- ❖ <http://www.ansej.org>.
- ❖ <http://www.angem.dz>
- ❖ <http://www.cnac.dz>
- ❖ <http://andi.dz>
- ❖ <http://www.editions-adreg.net>
- ❖ <http://www.gemconsortium.org/>
- ❖ <http://asso.nordnet.fr/adreg/modele.pdf>
- ❖ www.femise.org
- ❖ www.ons.dz
- ❖ www.insee.fr
- ❖ www.oit.org
- ❖ www.A2o.ca

- ❖ www.ilo.org
- ❖ www.droit-afrique.com



Liste des tableaux

Liste des tableaux

Tableau 1. Définitions de l'entrepreneur en fonction des écoles de pensée économique...	27
Tableau 2. L'impact économique des femmes entrepreneurs.....	56
Tableau 3. Femmes et activité indépendante dans quelques pays d'Asie (en %).....	57
Tableau 4. Evolution de l'emploi féminin formel/informel entre 2001-2014 (en milliers).....	82
Tableau 5. Définition de la PME.....	84
Tableau 6. Population du secteur de la PME et de l'artisanat en 2017.....	85
Tableau 7. Évolution de la population des PME 2004-2009/2009-2017.....	86
Tableau 8. Répartition du TEA selon le genre et les régions	88
Tableau 9. Répartition du TEA, selon les phases de développement.....	89
Tableau 10. Répartition du TEA selon les groupes d'âge et les phases de développement.....	90
Tableau 11. Répartition des entrepreneurs/indépendants par statut et sexe.....	90
Tableau 12. Répartition des entreprises par statut, sexe et distribution géographique.....	91
Tableau 15. Répartition des entreprises par activité, sexe et distribution géographique.....	91
Tableau 16. Répartition des entreprises enregistrées auprès du CNRC ¹ par secteur, statut et sexe.....	93
Tableau 17. Projets financés par secteur d'activité.....	93
Tableau 18. Les projets (ANSEJ) financés par secteur d'activité et par genre.....	94
Tableau 19. Bilan du dispositif (CNAC) au 1 ^{er} semestre 2017.....	95
Tableau 20. Répartition des crédits accordés par genre.....	96
Tableau 21. Répartition de la population de la wilaya par groupes d'âge et sexes.....	105
Tableau 22. Répartition de la population par genre et par groupe d'âge.....	106
Tableau 23. Estimation de l'emploi (au 31/12/2015).....	107
Tableau 24. Population active occupée par grands secteurs en 2015.....	107
Tableau 25. La demande d'emploi exprimée par agence et par genre.....	108

¹ Centre National du Registre de Commerce

Tableau 26. Statistiques des assurés par sexe, catégories et par secteur d'activité.....	109
Tableau 27. Nombre d'élèves, des enseignants et des établissements éducatifs au primaire à Bejaia.....	110
Tableau 28. Statistiques sur l'enseignement moyen à Bejaia.....	110
Tableau 29. Statistiques enseignement secondaire à Bejaia.....	111
Tableau 30. Institut national spécialisé en formation professionnelle.....	111
Tableau 31. Centres de formation professionnelle et d'apprentissage.....	112
Tableau 32. Établissement hors secteur de la formation professionnelle.....	112
Tableau 33. Répartition des enseignants par grade.....	113
Tableau 34. Répartition des PME privées et publiques par secteur d'activité et l'emploi en 2015.....	116
Tableau 35. Répartition des PME privées par type (tranche d'effectif)	117
Tableau 36. Répartition du nombre des PME privées par genre au 31/12/2010.....	118
Tableau 37. Répartition du nombre des PME privées par genre au 31/12/2012.....	119
Tableau 38. Répartition des PME féminines par tranche d'effectifs à Bejaia.....	120
Tableau 39. Répartition spatiale des PME féminines dans la wilaya de Bejaia.....	120
Tableau 40. Nombre des structures artisanales par domaine pour l'année 2011.....	121
Tableau 41. Nombre d'activité artisanales par domaine et par nombre d'emploi créés pour l'année.....	122
Tableau 42. Répartition du nombre des artisans par genre et par secteur d'activité pour l'année 2011.....	123
Tableau 43. Évolution de l'activité artisanale par genre et par secteur d'activité.....	124
Tableau 44. Bilan global des dossiers de crédit par genre en 2015 à Bejaia.....	125
Tableau 45. Répartition des projets ANGEM par secteurs d'activité à Bejaia en 2015...	126
Tableau 46. Répartition des projets (ANSEJ) en 2015 par sexe du gérant (phase de création).....	127
Tableau 47. Répartition des projets financés au niveau de l'ANSEJ par genre et secteurs d'activités.....	128
Tableau 48. Répartition des projets financés par niveau d'instruction.....	128
Tableau 49. Répartition des projets par genre et par année de déclaration du 01/01/2006 au 31/12/2015.....	130

Tableau 50. Répartition des projets ANDI par genre et par secteur d'activité du 01/01/2006 au 31/12/2015.....	131
Tableau 51. Répartition et évolution du nombre d'étudiants par faculté de 2014 à 2015.....	134
Tableau 52. Répartition des spécialités par genre au niveau de l'INSFP de Bejaia en 2014/2015.....	135
Tableau 53. Répartitions des stagiaires de sexe féminin par spécialité en 2014/2015...	135
Tableau 54. Répartition de la formation résidentielle par genre en 2014/2015.....	136
Tableau 55. Bilan de l'enquête de terrain.....	140
Tableau 56. Caractéristiques sociodémographiques des femmes de l'échantillon.....	145
Tableau 57. Caractéristiques de l'emploi occupé.....	146
Tableau 58. Raison de non-exercice d'une activité à titre principal.....	147
Tableau 59. Autre source de revenu.....	148
Tableau 60. Prédiposition à l'entrepreneuriat.....	149
Tableau 61. Création de sa propre entreprise : désir, statut et expérience.....	150
Tableau 62. Incitations et encouragements à la création d'entreprise au sein du milieu familial.....	151
Tableau 63. Encouragements au lancement de l'activité au sein du milieu familial.....	152
Tableau 64. Obstacles rencontrés durant les démarches de création.....	153
Tableau 65. Les besoins et attentes des « futures femmes entrepreneures ».....	153
Tableau 66. Les valeurs phares de la femme entrepreneure.....	155
Tableau 67. La fonction la plus répandue dans votre famille élargie.....	156
Tableau 68. Initiation et formation à l'entrepreneuriat.....	158
Tableau 69. Désir de formation et obstacles.....	159
Tableau 70. Les femmes et les organismes et politiques publics d'appui à la création d'entreprise et l'entrepreneuriat.....	160
Tableau 71. Votre famille, vous permet-elle d'avoir votre part d'héritage ?.....	161
Tableau 72. De votre part, pourriez-vous demander votre part d'héritage ?.....	162
Tableau 73. Pourriez-vous accepter votre part d'héritage si elle vous est proposée ?.....	162
Tableau 74. Le statut du répondant dans l'entreprise.....	162
Tableau 75. L'âge de la femme entrepreneure.....	163
Tableau 76. Les besoins ressentis par la femme entrepreneure.....	164
Tableau 77. Date de création (L'année de création).....	165

Tableau 78. Le siège social de l'entreprise.....	165
Tableau 79. Le capital d'investissement.....	166
Tableau 80. Votre entreprise est-elle déclarée ?.....	166
Tableau 81. Démarches liées à la création de l'entreprise féminine.....	168
Tableau 82. Si oui, est-ce un succès ?.....	169
Tableau 83. Développement de l'activité entrepreneuriale.....	170
Tableau 84. Valeurs propres et pourcentages d'inertie (FEP).....	172
Tableau 85. Catégories de variables de l'analyse multidimensionnelle (FEP).....	173
Tableau 86. Valeurs propres et pourcentages d'inertie (FE).....	181
Tableau 87. Catégories de variables de l'analyse multidimensionnelle (FE).....	182

Annexe 1 du chapitre 1

Tableau 88. Typologie d'entrepreneurs.....	230
Tableau 89. Profession des parents des entrepreneurs.....	232
Tableau 90. Niveau de formation des entrepreneurs.....	233
Tableau 91. Exemple de meilleures pratiques dans les pays de l'UE et certains pays de l'OCDE.....	235
Tableau 92. La part relative des hommes et des femmes, chefs d'entreprise et travailleurs indépendants.....	240

Annexe 2 du chapitre 2

Tableau 93. Synoptique de la population active en 2016 (en milliers).....	248
Tableau 94. Sous-conditions pour les femmes.....	249
Tableau 95. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 1 du DEF.....	250
Tableau 96. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 2 du DEF.....	252
Tableau 97. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 4 du DEF.....	253
Tableau 98. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 5 du DEF.....	255
Tableau 99. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 6 du DE.....	257
Tableau 100. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 3 du DEF.....	259

Annexe 3 du chapitre 3

Tableau 101. Nombre d'étudiants en sciences économiques, commerciales et les sciences de gestion.....	261
Tableau 102. Nombre d'étudiants en médecine.....	264

Tableau 103. Nombre d'étudiants en sciences humaines et sociales.....	265
Tableau 104. Nombre d'étudiants en Sciences exactes.....	267
Tableau 105. Nombre des étudiants en Technologie.....	270
Tableau 106. Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie.....	274
Tableau 107. Répartition des étudiants par spécialité, faculté de Droit.....	277
Tableau 108. Répartition du nombre d'étudiants par spécialité, faculté des Lettres et Langues.....	279
Tableau 109. Liste des inscrits, CFPA féminin (Validation de janvier 2014).....	282
Autres documents	
Fiche technique 1. Présentation de l'INSFP.....	283
Fiche technique 2. Présentation du CFPA mixte.....	284
Annexe 4 du chapitre 4	
Tableau 110. Type de qualification professionnelle suivi par les femmes de l'échantillon.....	285
Tableau 111. Type de profession antérieure.....	287
Tableau 112. Création d'entreprise : idée, obstacles et attentes.....	288
Tableau 113. Modules relatifs à l'entrepreneuriat.....	290
Tableau 114. Les motivations de la femme entrepreneure.....	292
Tableau 115. Les valeurs phares.....	294
Tableau 116. Les caractéristiques de l'entreprise « féminine ».....	296
Tableau 117. Les obstacles rencontrés selon les phases de création et développement de l'entreprise.....	297
Tableau 118. Tableau de Burt « FEP ».....	298
Tableau 119. Coordonnées principales (Variables) « FEP ».....	310
Tableau 120. Coordonnées standards (Variables) « FEP ».....	318
Tableau 121. Contributions (Variables) « FEP ».....	326
Tableau 122. Cosinus carrés (Variables) « FEP ».....	334
Tableau 123. Valeurs test (Variables) « FEP ».....	342
Tableau 124. Tableau de Burt « FE ».....	350
Tableau 125. Coordonnées principales (Variables) « FE ».....	360

| *Liste des tableaux*

Tableau 126. Coordonnées standards (Variables) « FE ».....	364
Tableau 127. Contributions (Variables) « FE ».....	368
Tableau 128. Cosinus Carrés (Variables) « FE ».....	372
Tableau 129. Valeurs test (Variables) « FE ».....	376
Autre document	
Questionnaire- réponses du magistrat au tribunal.....	380
Annexe 5 : Questionnaire d'enquête.....	385



Liste des figures

Liste des figures

Figure 1. Les différentes phases du processus entrepreneurial.....	24
Figure 2. Les grappes d'innovation.....	26
Figure 3. Les traits de caractère pour devenir entrepreneur.....	29
Figure 4. Les étapes suivies en mode standard, pour la promotion de l'entrepreneuriat...	43
Figure 5. Parcours scolaire « Environnement interne et externe »	44
Figure 6. Université, école privée et centre de formation professionnelle « Environnement interne et externe ».....	44
Figure 7. Rencontre du monde professionnel.....	45
Figure 8. Les entreprises avec des femmes participant à la propriété 2007-2013 (en %)...	58
Figure 9. Évolution de l'activité entrepreneuriale au stade précoce, par sexe, Algérie et Égypte de 2008 à 2012 (en %).....	58
Figure 10. Perceptions entrepreneuriales des hommes et des femmes en Algérie, Égypte et en Tunisie (en %).....	59
Figure 11. Accès au financement, par sexe, 2013 (en %).....	60
Figure 12. Evolution du taux d'activité des femmes de 2006 à 2016.....	82
Figure 13. Evolution du chômage féminin durant la période 2006-2016.....	83
Figure 14. Population âgée de 5 ans et plus selon le niveau d'instruction et le sexe (2008 et 2012) (en %).....	84
Figure 15. Les 19 sous conditions-cadres du DEF en Algérie.....	97
Figure 16. Population globale des PME, fin 2012.....	115
Figure 17. Répartition et évolution de la part des PME par genre et par année de 2011, 2012.....	119
Figure 18. Évolution des activités artisanales par genre de 2011 à 2012.....	124
Figure 19. Part des projets financés par genre, en 2016.....	129
Figure 20. Valeurs propres et pourcentages d'inertie (FEP).....	173
Figure 21. Graphique symétrique des variables « FEP ».....	176
Figure 22. Graphique symétrique des variables « FEP ».....	178
Figure 23. Valeurs propres et pourcentages d'inertie (FE).....	182
Figure 24. Graphique symétrique des variables (FE).....	184
Figure 25. Graphique symétrique des variables (FE).....	187



Annexes



Annexe 1 du chapitre 1

« Annexe 1 du chapitre 1 »

Tableau 88. Typologie d'entrepreneurs

Auteurs/ Situations	Typologie d'entrepreneur	Caractéristiques
Norman Smith (1960) Selon les conditions de création	L'artisan	Crée son propre entreprise sans grande expérience en gestion, possède une compétence technique, se localise dans des activités peu innovantes.
	L'opportuniste	Agée et expérimenté notamment en gestion (cadre ou ingénieur), son projet est lié à une opportunité d'innovation, son capital personnel lui sert d'appuis solides.
Selon le profil du dirigeant	Le technicien	S'intéresse aux conditions de fabrication du produit, met en valeur ses compétences professionnelles, savoir-faire, son métier.
	Le manager	Se concentre sur le problème de gestion des ressources (diplômés en gestion, cadre administratif), s'intéresse à la réduction des coûts, à l'économie des moyens, et aux investissements hors production.
Miles et Snow Selon les conditions d'innovation	Prospecteur	Innovateur pur, cherche en permanence des innovations (procédé/produit) qu'il développe lui-même mais il n'est pas sûr de leur rentabilité. Il n'est pas intéressé par le devenir de l'entreprise, peut créer l'entreprise puis la revendre (exemple : biotechnologie) pour des fins de fabrication et de commercialisation.
	Innovateur	Cherche des innovations (de produit/procédé) et les exploite lui-même, une pression est exercée sur lui par les donneurs d'ordre ou distributeurs, possède une veille technologique et concurrentielle très forte et possède un budget de R&D qui peut être très élevé.
	Suiveur	Imite, suit de façon proactive et délibérée les innovations sur le marché, améliore les innovations (de l'innovateur) en baissant les coûts des produits (entreprises japonaises, par exemple).
	Réacteur	Adopte une stratégie émergente et réactive, adopte une attitude opportuniste et passive, son attitude est très payante

		lorsque les clients sont fidèles à l'entreprise ou à son patron qu'aux produits, attendent les modifications de procédés ou de produit pour réagir.
Selon la logique d'action	PIC (Pérennité, indépendance et croissance)	Cherche à accumuler du patrimoine des actifs, accorde priorité à la pérennité de son affaire, souhaite préserver l'indépendance patrimoniale, refuse l'association et les emprunts extérieurs, croissance acceptée sans mettre en cause la pérennité et l'indépendance patrimoniales (affaires familiales), il préfère les investissements matériels, méfiant à l'égard de l'externalisation d'activités et les investissements immatériels, ils privilégient une logique d'accumulation au détriment d'une rentabilité apparente.
	CAP (Croissance, autonomie et pérennité)	Valorisation des capitaux, rentabilité à court terme élevée, valeur de cession de l'affaire, privilégie les activités de croissance forte et risquée, cherche l'autonomie de décision, ne se préoccupe pas des problèmes d'indépendances du capital ni par la pérennité de son affaire, accorde la priorité aux investissements immatériels, la tendance à l'externalisation des activités, préfère les structures légères et adaptives.

Source : Construit à partir de (Julien P-A et Marchesnay M, 1996, p 55.

Tableau 89. Profession des parents des entrepreneurs

Etudes sur les entrepreneurs en général ou sur les hommes entrepreneurs seulement	Etudes sur les femmes entrepreneurs
Brockhaus (1982) cite quatre études d'après lesquelles les entrepreneurs tendent à avoir pour père un entrepreneur.	Hisrich et brush (1983) rendent compte d'un sondage auprès d'un échantillon national de 468 femmes entrepreneurs ; 36% d'entre elles avaient un père entrepreneur ; 11%avaient une mère entrepreneure.
Brockhaus et Nord (1979) ont découvert que la proportion des fils d'entrepreneurs n'était pas plus élevée parmi 31 entrepreneurs hommes de ST-Louis que parmi les managers hommes.	Mescon et stevens (1982) ont découvert que 53% des femmes agents immobiliers de l'Arizona avaient un père entrepreneur. Il n'y avait pas d'entrepreneur parmi leurs mères.
Cooper et Dunkelberg (1984) indiquent que sur 1394 entrepreneurs, 47,5% avaient des parents propriétaires d'une entreprise.	Sexton et Kent (1981) : sur 48 femmes entrepreneurs au Texas, 40% avaient pour père un entrepreneur, 13% avaient une mère entrepreneure (contre respectivement 13% et 11% pour 45 femmes cadres).
Jacobowitz et Vidler (1983) ont découvert que 72% des entrepreneurs des Etats situés au centre de la façade atlantique comptaient des travailleurs indépendants parmi leurs parents ou leur famille proche.	Waddell (1983) a découvert que parmi 47 femmes entrepreneurs, 63,8% indiquaient que leur père était entrepreneur et 31,9% que leur mère l'était (contre respectivement 42,5% et 8,5% pour les femmes cadres et 36,2% et 8,5% pour les secrétaires).
Shapero et Sokol (1982) indiquent que 50 à 58% des créateurs de société aux Etats –Unis avaient un père travailleur indépendant (à une époque où cette catégorie ne représentait que 12% de la population active). Citent des données allant dans le même sens dans neuf autres pays.	Watkins (1983) : parmi 58 femmes entrepreneurs britanniques, 37% avaient, un père travailleur indépendant (catégorie qui représente 9% de la population active masculine du Royaume-Uni) ; 16% avaient une mère propriétaire en tout ou partie d'une entreprise (la proportion des travailleurs indépendants est de 4% parmi les femmes

Source : Bowen D. D, Hisrish R. D, 1986, p 399.

Tableau 90. Niveau de formation des entrepreneurs

Etude	Constat	Commentaires
1-Sur les entrepreneurs en général Brockhaus (1982)	Examine quatre études selon lesquelles les entrepreneurs tendent à être mieux formés que l'ensemble de la population, mais moins que les cadres.	Les échantillons étudiés sont tous de petite taille et limités à un secteur géographique ou professionnel.
Cooper et Dunkelberg (1984)	Un sondage national effectué auprès de 1805 propriétaires de petites entreprises montre que la proportion des personnes ne détenant pas au moins un diplôme de niveau secondaire est plus importante parmi ceux qui créent ou rachètent une entreprise (environ 64%) que parmi ceux qui en héritent ou qui sont embauchés pour la gérer (57%).	
Gasse (1982)	Rend compte de quatre études selon lesquelles les entreprises sont mieux formées que l'ensemble du public.	Le niveau de formation varie selon le secteur d'activité (par ex. haute technologie).
Jacobowitz et Vidler (1982)	Des entretiens avec 430 entrepreneurs montrent que l'école ne leur réussit pas. 30% d'entre eux n'ont pas achevé leur scolarité. 11% seulement ont suivi avec succès quatre années d'études supérieures.	Echantillon d'entrepreneurs de Pennsylvanie et du New Jersey, dont 11% de femmes.
2-Entrepreneurs hommes contre femmes entrepreneurs Humphreys et McClung (1981)	Parmi les femmes entrepreneures, on trouvait 54,8% de diplômées de l'université. Cette proportion est supérieure à celle des diplômés dans l'ensemble de la population et parmi les managers et cadres administratifs hommes	Echantillon de 86 femmes entrepreneurs de toutes les parties de l'Oklahoma.
Charboneau (1981)	Cite une étude effectuée en 1977 par le service des statistiques (Census Bureau) montrant que la femme entrepreneur moyenne est diplômée de l'enseignement supérieur.	Cite aussi une étude de la Small Business Administration aux résultats similaires.
DeCarlo et Lyons (1979)	Le niveau d'éducation des femmes entrepreneures est supérieur à celui de la	Echantillon aléatoire de 122 femmes

	moyenne des femmes. Il est moins élevé chez les femmes issues de minorités ethniques que chez les autres.	entrepreneures d'États de la façade atlantique.
Hisrich et brush (1983)	Un sondage national effectué auprès de 468 femmes entrepreneures a montré que 68% d'entre elles possédaient au moins un diplôme de premier cycle universitaire.	
Mescon et Stevins (1982)	Les deux tiers ont fréquenté un établissement universitaire ; 15% sont allées jusqu'au second cycle d'enseignement supérieur.	Echantillon de 108 femmes propriétaires d'agences immobilières en Arizona.
Sexton et Kent (1981)	Le niveau de formation des femmes entrepreneures est légèrement inférieur à celui des femmes cadres (respectivement 44% et 55% détiennent des diplômes universitaires). Les jeunes femmes entrepreneures sont mieux formées que les femmes cadres.	Entretiens avec 93 femmes au Texas (dont 48 femmes entrepreneures).

Source : D. D Bowen D.D, Hisrich R.D, 1986, p 397.

Tableau 91. Exemple de meilleures pratiques dans les pays de l'UE et certains pays de l'OCDE

Pays	Allemagne	France	Espagne	Royaume-Uni
Nom	<i>Online Kurs zur Existenzgründung von Frauen</i> (Cours en ligne pour les créatrices d'entreprise)	FGIF Fonds de Garantie pour la Création, la Reprise ou le Développement d'Entreprises à l'initiative des Femmes	EmpresariasNet	<i>Women into the Network</i> (WIN)
Lancement	1998	1989	1983 (restructuré en 1997)	1999
Mode opératoire	Cours sur le web	Financement d'une garantie et diligence raisonnable	62 bureaux et un site Internet	Travail en réseau et émancipation
Catégorie cible	Femmes travaillant ou envisageant de travailler à leur compte	Chômeuses	Travailleuses indépendantes ou femmes envisageant de travailler à leur compte	Femmes ayant créé, créant leur entreprise ou envisageant de le faire
catégorie	Approfondissement des connaissances	Aider les chômeuses à créer leur propre emploi	Soutien en réseau	Informier et sensibiliser les femmes sur l'utilité des réseaux et de l'information
Moyens	Quatre modules : 1) Orientation générale, <i>business planning</i> , mise en œuvre, modèles de promotion 2) Coûts et comptabilité	Micro-crédits et soutien	Micro-crédits Conseils d'ordre familiaux et professionnels Conseils et formation	Cours Présentation et promotion des meilleures pratiques Voies de communication diversifiées

Facteurs de réussite	Navigation facile, suivant les besoins de chacune Exercices visant à tester les connaissances Disponibilité permanente Information bien structurée et mise à jour	Orientation à long terme Engagement personnel Champ d'action régional	Confiance dans le travail accompli par les bénéficiaires et les bailleurs de fonds Variété des programmes proposés au fil du temps Différentes voies de communication	Les femmes forment une catégorie hétérogène (cibler le marché) Modèles à émuler réalistes Soutien actif de la part des secteurs public et privé Grand enthousiasme Dotations importantes Plusieurs voies de communication
pays	FINLANDE	SUÈDE	ISLANDE	ITALIE
Nom	<i>Jobs and Society Women's enterprise agency</i>	<i>Affärsrådgivare för Kvinnor</i> (conseillers d'affaires s'adressant aux femmes)	<i>Audur I Krafti Kvenna</i> (Créer de la richesse grâce au dynamisme des femmes)	<i>Sportello Fare Impressia</i> (atelier de création d'entreprise)
lancement	1996	1993 (premier projet), 1997 (deuxième projet)	2000	1999
Mode opératoire	Tutorat	Conseil d'affaires	Événements Programmes d'affirmation de soi	Assistance pour les démarches administratives
Catégorie ciblée	Création et démarrage d'une entreprise par une femme	Création et démarrage d'une entreprise par une femme	Jeunes femmes et femmes en général	Création et démarrage d'une entreprise
objectif	Approfondissement des connaissances	Améliorer le travail en réseau et les activités de conseil afin de mieux aider les femmes, qui ne sont habituellement pas prises au sérieux Passer de la marginalité à la normalité	Favoriser la croissance économique en puisant dans une ressource inexploitée: les femmes	Création d'une entreprise, particulièrement dans l'artisanat

Moyens	Formations Tutorat Contacts internationaux	Réseaux électroniques Prise de conscience de la ségrégation hommes/femmes Évaluation de projet	Accentuer la visibilité des femmes par des mesures de sensibilisation (« femme entrepreneur de l'année ») et les réseaux s'adressant aux femmes	Réconcilier famille et travail, car les femmes sont avant tout des mères Guichet unique
Facteurs de réussite	Travail en petits groupes (pas plus de 12 personnes) Cours spécifiques Combinaison de formations à court et long terme ; participation payante	Il faut du temps pour qu'une action porte ses fruits, mais les décideurs veulent un effet immédiat, Important pour obtenir un soutien (politique et financier) à l'échelon régional et local ; Information aux femmes entrepreneurs et aux conseillers d'affaires	Programme complet Bon financement Marketing très intelligent Beaucoup d'enthousiasme	Cible une catégorie homogène L'aide est complète et couvre de nombreux domaines
Pays	Norvège	Portugal	Grèce	Belgique
NOM	<i>KIF Kvinner i Fokus</i> (Priorité aux femmes)	<i>Apoio ao Empreendedorismo Feminino</i> (Soutien à l'entrepreneuriat féminin)	Renforcement de l'entrepreneuriat féminin)	<i>De Vliegende Ondernemer</i> (Les Entrepreneurs volants)
Lancement	1999	Non communiqué	2000	2001
Mode opératoire	Programmes de sensibilisation et de diffusion du savoir	Soutien financier aux organisations intermédiaires	Femmes (sans expérience professionnelle) envisageant de créer leur emploi	Assistance aux travailleurs indépendants
Catégorie ciblée	Hommes et femmes actifs	Femmes candidates à l'entrepreneuriat	Femmes de lançant dans une activité nouvelle	Travailleurs indépendants hommes et femmes
Objectif	Encourager la participation des femmes dans l'encadrement supérieur et l'entrepreneuriat	Modernisation de la vie de l'entreprise (petite ou grande)	Accroître la place des femmes dans l'entreprise dans tout le pays (importance du développement régional)	Permet aux chefs d'entreprise de faire une pause Source de flexibilité

Moyens	Quatre programmes différents opérant dans des domaines précis, base de données sur les femmes cadres	Les organisations intermédiaires sont censées apporter aux femmes : Des formations, des conseils, des réseaux d'information	Prêts sur études du business plan. Les entreprises doivent miser sur des activités modernes, novatrices et durable	les entrepreneurs volants prennent le relais lorsque l'entrepreneur en titre a besoin d'un congé (vacances, formation, maladie, affaires familiales) Module de formation pour le développement individuel et celui de l'entreprise
Facteurs de réussite	50 % d'hommes et 50 % de femmes Demande, Travail de réseau actif, Effet domino	décentralisation	Cible spécifique, dotation statistique	Forte hausse de la demande en bref laps de temps.
Pays	Autriche	Japon	Etats-Unis	
NOM	<i>Businessfrauencenter</i> (Centre d'affaires pour les femmes)	Programme public pour les femmes entrepreneur au Japon	<i>Got it all! The United States Office of Women's Business Ownership</i>	
Lancement	1997	1999	1979 (1988)	
Mode opératoire	Emancipation	Information	Formation, information, assistance financière....etc.	
Catégorie ciblée	Création et démarrage d'une entreprise	Création et démarrage d'une entreprise	Création et démarrage d'une entreprise par une femme	
	par une femme	par une femme	femme	
Objectif	Être un centre d'information pour la femme (seule) entrepreneur	Égalité des chances sur le marché de l'emploi	Favoriser l'entreprenariat féminin	
Moyens	Réseaux, émancipation et <i>coaching</i>	Manuels, séminaires, conseils, réseaux	Centres locaux de formation	

<p>Facteurs de réussite</p>	<p>Formation générale et sur mesure Les frais de participation mensuels limitent l'absentéisme</p>		<p>Conseils individuels, lobbying, ancienneté, couverture nationale et locale, financement adéquat, activité spécialisée et ciblée</p>	
------------------------------------	--	--	--	--

Source : Commission européenne (2002). Les bonnes pratiques dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin, Forum européen sur l'esprit d'entreprise féminin, 28 mars 2003. Cité par (OCDE, 2004, p 72-75)

Tableau 92. La part relative des hommes et des femmes, chefs d'entreprise et travailleurs indépendants

N°/Pays	Nombre et %	Année				
		1980	1990	1995	2000	2001
1. Arménie	Nombre homme			96514		
	% homme			73,1		
	Nombre femme			35 440		
	% femme			26,9		
	Total			131 954		
2. Autriche	Nombre homme			266 500	261 100	
	% homme			65,7	66	
	Nombre femme			139 100	134 500	
	% femme			34,3	34	
	Total			405 700	395 600	
3. Belarus	Nombre homme				51 229	
	% homme				67,1	
	Nombre femme				25 150	
	% femme				32,9	
	Total				76 379	
4. Belgique	Nombre homme		436 334	417 905	417 905	386 720
	% homme		74,8	71,5	71,2	71,3
	Nombre femme		146 632	166 418	161 685	155 576
	% femme		25,2	28,5	28,8	28,7
	Total		582 966	584 323	561 244	542 296
5. Bulgarie	Nombre homme		191 200	206 900	280 200	245 500

	% homme		65,3	65,7	66,5	65,7
	Nombre femme		101 800	107 700	141 000	128 000
	% femme		34,8	34,2	33,5	34,3
	Total		292 900	314 700	421 400	373 600
6. Canada	Nombre homme	961 800	1 251 900	1 376 800	1 555 000	1 514 800
	% homme	75	70,6	67,5	65,4	66,6
	Nombre femme	309 900	522 200	663 000	823 100	760 300
	% femme	24,4	29,4	32,5	34,6	33,4
	Total	1 271 600	1 774 200	2 039 900	2 378 100	2 275 100
7. Croatie	Nombre homme				190 000	197 000
	% homme				68,6	69,6
	Nombre femme				86 000	86 000
	% femme				31	30,4
	Total				277 000	283 000
8. Chypre	Nombre homme		42 153		48 586	48 531
	% homme		81		81,3	80,1
	Nombre femme		9868		11 177	12 031
	% femme		19		18,7	19,9
	Total		52 021		59 763	60 561
9. République tchèque	Nombre homme			405 710	494 008	500 233
	% homme			72,1	72,4	72,6
	Nombre femme			156 877	188 310	189 032
	% femme			27,9	27,6	27,4
	Total			562 585	682 318	689 265
10. Estonie	Nombre homme		8 600	26 000	32 000	30 000

	% homme		77,5	74,7	67,1	69,8
	Nombre femme		2400	8900	15 700	13 000
	% femme		21,6	25,6	32,9	30,2
	Total		11 100	34 800	47 700	43 000
11. Finlande	Nombre homme				208 000	199 000
	% homme				98,4	67,7
	Nombre femme				95 000	95 000
	% femme				31,3	32,3
	Total				304 000	294 000
12. Géorgie	Nombre homme				410 595	424 640
	% homme				68	67
	Nombre femme				193 645	209 244
	% femme				32	33
	Total				604 240	633 884
13. Grèce	Nombre homme	583 050	1 026 306	1 034 149	954 738	921 966
	% homme	88,6	79,4	80,2	74,8	74,4
	Nombre femme	75 025	266 225	255 966	322 455	316 518
	% femme	11,4	20,6	19,8	25,2	25,6
	Total	658 075	1 292 531	1 290 114	1 277 191	1 238 484
14. Hongrie	Nombre homme			244 000	265 000	257 300
	% homme			69,3	69,6	69,1
	Nombre femme			108 000	116 000	114 800
	% femme			30,7	30,4	30,9
	Total			352 000	381 000	372 100
15. Islande	Nombre homme		18 600	19 500	19 900	19 200

	% homme		76,5	75,9	72,6	73
	Nombre femme		5 700	6 200	7 600	7 000
	% femme		23,5	24,1	27,7	26,6
	Total		24 300	25 700	27 400	26 300
16. Irlande	Nombre homme		227 200	227 700	245 300	246 000
	% homme		88,1	85,8	83,6	84,3
	Nombre femme		30 600	37 700	48 200	45 900
	% femme		11,9	14,2	16,4	15,7
	Total		257 800	265 400	293 500	291 900
17. Israël	Nombre homme			179 500	189 000	
	% homme			81,8	76,1	
	Nombre femme			39 900	59 400	
	% femme			18,2	23,9	
	Total			219 400	248 400	
18. Italie	Nombre homme			3 650 449	3 678 437	3 690 380
	% homme			77,1	76	75,9
	Nombre femme			1 087 256	1 158 751	1 169 978
	% femme			22,9	24	24,1
	Total			4 737 705	4 837 188	4 860 358
19. Kirghizistan	Nombre homme				248 082	
	% homme				58,3	
	Nombre femme				177 210	
	% femme				41,7	
	Total				425 292	
20. Lettonie	Nombre homme			63 100	62 800	61 600

	% homme			64,9	60	62,2
	Nombre femme			34 100	41 800	37 400
	% femme			35,1	40	37,8
	total			97200	104 600	99000
21. Pologne	Nombre homme		2 146 000	2 166 000	2 070 000	
	% homme		59,9	61,8	63,6	
	Nombre femme		1 438 000	1 341 000	1 185 000	
	% femme		40,1	38,2	36,4	
	Total		3 584 000	3 507 000	3 255 000	
22. Portugal	Nombre homme			685 100		
	% homme			60,2		
	Nombre femme			453 000		
	% femme			39,8		
	Total			1 138 100		
23. République de Moldova	Nombre homme				227 979	246 258
	% homme				50,5	52
	Nombre femme				223 531	227 380
	% femme				49,5	48
	Total				451 510	473638
24. Roumanie	Nombre homme			1 534 406	1 775 941	
	% homme			57,8	68,1	
	Nombre femme			1 119 373	832 079	
	% femme			42,2	31,9	
	Total			2 653 779	2 608 020	
	Nombre homme			980 294	2 715 617	2 267 090

25. Fédération de Russie	% homme			67,7	52,7	55,1
	Nombre femme			467 359	2 438 146	1 850 767
	% femme			32,3	47,3	44,9
	Total			1 447 653	5 153 763	4117857
26. Slovaquie	Nombre homme			103 600	122 100	129 200
	% homme			75,2	74,3	73,7
	Nombre femme			34 100	42 400	46 100
	% femme			24,7	25,8	26,3
	Total			137 800	164 500	175 200
27. Slovénie	Nombre homme			91 406	73 500	79 197
	% homme			61,4	73,4	73,1
	Nombre femme			57 447	26 634	29 086
	% femme			38,6	26,6	26,9
	Total			148 851	100 134	108 283
28. Macédoine (ARYM)	Nombre homme				65 003	72 792
	% homme				79,9	78,1
	Nombre femme				16 357	20 435
	% femme				20,1	21,9
	Total				81 360	93 226
29. Turquie	Nombre homme		5 219 000	5 541 000	5 461 000	5 402 000
	% homme		91	91,5	89	88
	Nombre femme		514 000	515 000	677 000	739 000
	% femme		9	8,5	11	12
	Total		5 733 000	6 056 000	6 138 000	6 141 000
	Nombre homme		2 437 898	2 548 619	2 306 693	2 344 620

30. Royaume- Uni	% homme		75,6	75,8	73	74
	Nombre femme		788 573	812 643	851 299	825 462
	% femme					
	Total		3 226 471	3 361 262	3 157 992	3 170 082

Source : Commission économique des Nations Unies pour l'Europe, Gender Statistics Database (<http://w3.unece.org/stat/gender.asp>). (Cité par l'OCDE. 2004, p68-71).



Annexe 2 du chapitre 2

« Annexe 2 du chapitre 2 »

Tableau 93. Synoptique de la population active en 2016 (en milliers)

Désignation	Urbain			Rural			Total		
	Masculin	Féminin	Total	Masculin	Féminin	Total	Masculin	Féminin	Total
Population occupée du moment	5 826	1 495	7 320	3 107	418	3 525	8 933	1 912	10 845
Employeurs et indépendants	1 773	275	2 048	967	119	1 086	2 740	394	3 133
Salariés permanents	2 289	787	3 076	967	119	1 086	3 256	920	4 176
Salariés non permanents et apprentis	1 705	420	2 125	1 115	142	1 257	2 820	562	3 382
Aides familiaux	59	13	72	59	24	83	118	37	154
Population en chômage	572	363	936	220	116	336	792	479	1 272
Population active du moment	6 398	1 858	8 256	3 327	534	3 861	9 725	2 392	12 117
Population âgée de 15 et plus	9 862	9 869	19 731	4 737	4 512	9 249	14 599	14 381	28 980
Taux de chômage (en %)	8,9	19,5	11,3	6,6	21,8	8,7	8,1	20	10,5
Taux d'activité économique (en %)	64,9	18,8	41,8	70,2	11,8	41,7	66,6	16,6	41,8

Source : ONS, Activité, emploi et chômage, septembre 2016, BIT, p31

Tableau 94. Sous-conditions pour les femmes

Désignation	Sous Conditions-cadres	Note sur 5
1	Egalité d'accès au marché du travail pour les femmes	4
2	B. Immatriculation des entreprises, réglementations et procédures d'obtention des licences	3
3	B. Existence d'associations et réseaux de FCE	3
4	C. Participation des femmes entrepreneures au dialogue politique entre le secteur public et privé et leur influence sur les résultats	3
5	Droits de propriété	3
6	A. Le DEF est considéré comme une politique nationale prioritaire	2
7	B. Existence d'un point focal du gouvernement pour la promotion et la coordination du DEF et de ses actions de soutien	2
8	B. Principaux SDE (Services d'appui au Développement des Entreprises) qui répondent aux besoins des femmes entrepreneures	2
9	Lois et réglementations du travail et l'impact sur les entreprises appartenant aux femmes	1
10	B. Programmes de financement spécifiquement destinés aux entreprises appartenant aux femmes	1
11	C. Existence de SDE destinés aux femmes	1
12	A. Promotion des exportations des femmes entrepreneures	1
13	C. Chaînes de valeur qui intègrent les entreprises appartenant aux femmes	1
14	D. Accès des femmes entrepreneures aux TIC et à la technologie	1
15	A. Représentation et «voix» des femmes dans les associations professionnelles/ sectorielles	1
16	Droits d'héritage	1
17	A. Participation des femmes entrepreneures aux programmes de financement génériques	1
18	A. Accès des femmes aux principaux SDE	1
19	B. Programmes gouvernementaux de marchés publics qui ciblent activement les entreprises appartenant aux femmes	1

Source: BIT, 2017, p22

Tableau 95. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 1 du DEF

Les indicateurs et résultats pour la condition-cadre 1 du DEF : Système juridique et réglementaire sensible à la dimension genre qui contribue à l'autonomisation économique des femmes				
A. Lois et réglementations du travail : 2.5/5				
<i>Egalité d'accès au marché du travail pour les femmes</i>				
5 (Si les cinq indicateurs s'appliquent); 4 (si uniquement quatre indicateurs s'appliquent); 3 (si uniquement trois indicateurs s'appliquent); 2 (si uniquement deux indicateurs s'appliquent); 1 (si uniquement un des indicateurs s'applique)				
Les femmes ne sont exclues du marché du travail d'aucun secteur économique	Les lois et réglementations du travail rendent la non-discrimination fondée sur le sexe dans les pratiques d'embauche obligatoire	Les lois obligent à ce que les femmes et les hommes perçoivent des revenus égaux pour un travail similaire	Sur le plan juridique, les femmes mariées ne nécessitent pas le consentement de leur mari pour travailler en dehors de la maison ou pour diriger une entreprise	Les femmes sont informées de leurs droits égaux en matière d'emploi et ces derniers sont appliqués
<i>Lois et réglementations du travail et l'impact sur les entreprises appartenant aux femmes</i>				
5 (Si les cinq indicateurs s'appliquent) ; 4 (si uniquement quatre indicateurs s'appliquent); 3 (si uniquement trois indicateurs s'appliquent); 2 (si uniquement deux indicateurs s'appliquent); 1 (si uniquement un des indicateurs s'applique)				
Les entreprises appartenant aux femmes bénéficient d'une aide pour surmonter les difficultés des procédures d'immatriculation et de conformité	L'orientation concernant les lois et réglementations du travail, et les exigences de conformité est fournie aux femmes entrepreneurs dans le cadre des services SDE et de formation	Le gouvernement fait des efforts particuliers pour informer les entreprises appartenant aux femmes à propos des lois et réglementations du travail, et des exigences de conformité	L'immatriculation des travailleurs peut se faire en ligne ou aux guichets uniques faciles d'accès, ce qui réduit la charge administrative et le temps consacré à cette formalité par les femmes entrepreneurs	Les entreprises appartenant aux femmes ne subissent ni harcèlement, ni corruption de la part des inspecteurs du travail
B. Immatriculation des entreprises, réglementations et procédures d'obtention des licences : 3/5				
5 (Si les cinq indicateurs s'appliquent) ; 4 (si uniquement quatre indicateurs s'appliquent); 3 (si uniquement trois indicateurs s'appliquent); 2 (si uniquement deux indicateurs s'appliquent); 1 (si uniquement un des indicateurs s'applique)				
Les femmes peuvent immatriculer une entreprise sans l'exigence juridique d'avoir la permission de leur mari	Le gouvernement fait des efforts particuliers pour s'assurer que les femmes connaissent les procédures d'immatriculation et d'obtention des licences d'entreprises	Les femmes ne sont pas défavorisées pour accéder aux bureaux d'immatriculation étant donné les restrictions en termes de déplacement (par ex : l'immatriculation peut se faire en ligne ou dans des bureaux locaux d'immatriculation etc.)	Les bureaux spéciaux dédiés aux femmes sont prévus dans les bureaux d'immatriculation des entreprises (les femmes peuvent avoir un faible niveau d'alphabétisation et moins de connaissances relatives à l'entreprise)	Il est possible pour les femmes d'obtenir une licence d'exploitation pour tous les types d'entreprises, y compris dans les secteurs d'activité qui sont plus traditionnellement féminin

C. Droits de propriété et d'héritage : 2/5				
<i>Droits de propriété</i>				
1	2	3	4	5
<p>Selon les lois du pays les femmes n'ont pas les mêmes droits de propriété que les hommes</p>	<p>Les femmes ont certains droits de propriété similaires à ceux des hommes, mais il y a différentes exigences procédurales imposées aux femmes pour avoir accès à ces droits (par ex : selon la loi, les maris ont le contrôle administratif sur les biens matrimoniaux possédés conjointement)</p>	<p>Les femmes ont les mêmes droits de propriété que les hommes, mais elles ne sont généralement pas informées de ces droits et peu d'efforts sont faits pour les sensibiliser à leurs droits</p>	<p>Les femmes ont les mêmes droits de propriété que les hommes, des efforts sont déployés pour les informer de ces droits, mais les pratiques habituelles ne reconnaissent pas ces droits juridiques et les femmes ont des recours limités au système juridique</p>	<p>Selon la loi, les femmes et les hommes ont les mêmes droits de propriété, ces droits sont appliqués et les femmes ont accès aux mécanismes de recours juridique pour bénéficier des droits économiques établis</p>
<i>Droits d'héritage</i>				
1	2	3	4	5
<p>Selon les lois du pays les femmes n'ont pas les mêmes droits d'héritage que les hommes</p>	<p>Les femmes ont certains droits d'héritage similaires à ceux des hommes, mais il y a différentes exigences procédurales imposées aux femmes pour avoir accès à ces droits</p>	<p>Les femmes ont les mêmes droits d'héritage que les hommes, mais elles ne sont généralement pas informées de ces droits et peu d'efforts sont faits pour les sensibiliser à leurs droits</p>	<p>Les femmes ont les mêmes droits d'héritage que les hommes, des efforts sont déployés pour les informer de ces droits, mais les pratiques habituelles ne reconnaissent pas ces droits juridiques et les femmes ont des recours limités au système juridique</p>	<p>Selon la loi, les femmes et les hommes ont les mêmes droits d'héritage, ces droits sont appliqués et les femmes ont accès aux mécanismes de recours juridique pour bénéficier des droits économiques établis</p>
<i>Récap: notes des sous-conditions</i>				
Sous-condition A: $\frac{4+1}{2} : 2.5$ (Moyenne des deux)				
Sous-condition B: 3				
Sous-condition C: $\frac{3+1}{2} : 2$ (Moyenne des deux)				
Note totale: $\frac{2.5+3+2}{3} : 2.5$				

Source : BIT, 2017, p46, 47.

Tableau 96. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 2 du DEF

Indicateurs et résultats pour la condition-cadre 2 du DEF: Leadership politique en vigueur et coordination pour la promotion du DEF				
A. Le DEF est considéré comme une politique nationale prioritaire 2/5				
1	2	3	4	5
Il n'y a pas de preuves documentées précisant que le DEF est une politique nationale prioritaire	Le DEF est déclaré comme étant une des priorités dans le plan de développement national, dans les politiques d'égalité entre les sexes et/ ou d'autres stratégies économiques nationales importantes pour le développement économique et social du pays, mais aucun agenda particulier ni plan d'action n'a été défini	Les femmes entrepreneures ont été identifiées comme étant un groupe cible spécifique dans les politiques du gouvernement en matière de TPE et PME	Les femmes entrepreneures ont été identifiées comme étant un groupe cible spécifique dans les politiques du gouvernement en matière de TPE et PME et des mesures spécifiques sont mentionnées dans les documents politiques en matière de TPE et PME pour encourager l'entrepreneuriat féminin et le développement de leurs entreprises	Il y a un cadre stratégique national pour le développement de l'entrepreneuriat féminin, y compris des dispositions pour le démarrage et la croissance de leurs entreprises
B. Existence d'un point focal du gouvernement pour la promotion et la coordination du DEF et de ses actions de soutien note 2/5				
1	2	3	4	5
Le gouvernement n'a rien entrepris pour trouver des solutions aux problèmes concernant le leadership politique et la coordination du DEF	Il y a de points focaux pour le DEF au sein du gouvernement, mais dans certains ministères ou organismes, une attention particulière est accordée aux problèmes relatifs au DEF	Il y a des points focaux au sein d'un ou deux ministères ou organismes gouvernementaux qui recommandent ou ont quelques activités promotionnelles pour le DEF, mais il n'y a pas de collaboration entre les ministères et organismes	Un point focal national pour le DEF a été établi au sein du gouvernement, mais ses services ne fonctionnent toujours pas correctement, ils ne sont pas assez financés et il n'y a que peu de contact entre les ministères et organismes	Il y a un point focal national pour le DEF au sein du gouvernement doté d'un mandat de leadership politique, doté d'un budget, des ressources, une collaboration interministérielle et une coopération nécessaires pour mener à bien ce mandat ; des liens forts ont été développés avec les acteurs extérieurs qui sont activement consultés sur les politiques et programmes en matière des besoins des femmes entrepreneures
Recap: notes des sous-conditions				
Sous-condition A: <u> </u> 2				
Sous-condition B: <u> </u> 2				
Note totale: <u> </u> (2+2)/2= 2				

Source : BIT, 2017, p50

Tableau 97. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 4 du DEF

Indicateurs et résultats pour la condition-cadre 4 du DEF : Accès aux SDE sensibles à la dimension genre				
A. Accès des femmes aux principaux SDE Note 1/5				
1	2	3	4	5
Proportion de femmes parmi les clients/ bénéficiaires des SDE est estimée à moins de 25 % de la part de tous les propriétaires d'entreprises (ou des travailleurs indépendants en tant qu'indicateur de leur taux de propriété d'entreprises)	Proportion de femmes entrepreneures parmi les clients bénéficiaires de SDE est estimée à au moins 25 % de la part de tous les propriétaires d'entreprises (ou travailleurs indépendants en tant qu'indicateur de leur taux de propriété d'entreprises)	Proportion de femmes entrepreneures parmi les clients/ bénéficiaires de SDE est estimée à au moins 50 % de la part de tous les propriétaires d'entreprises (ou travailleurs indépendants en tant qu'indicateur de leur taux de propriété d'entreprises)	Proportion de femmes entrepreneures parmi les clients/ bénéficiaires de SDE est estimée à au moins 75 % de la part de tous les propriétaires d'entreprises (ou travailleurs indépendants en tant qu'indicateur de leur taux de propriété d'entreprises)	Proportion de femmes entrepreneures parmi les clients/ bénéficiaires de SDE est estimée être égale ou supérieure à la part de tous les propriétaires d'entreprises (ou travailleurs indépendants en tant qu'indicateur de leur taux de propriété d'entreprises)
B. Principaux SDE qui répondent aux besoins des femmes entrepreneures Note 2/5				
1	2	3	4	5
Approche passive de la plupart des prestataires de SDE, peu de femmes entrepreneures participent aux principaux programmes et services	Les prestataires de SDE commencent à être conscients du faible taux de souscription des femmes à ces services et ils s'interrogent sur les raisons de ce faible taux	Existence d'initiatives pour sensibiliser à la dimension genre et l'intégrer horizontalement dans les SDE et créer une prise de conscience accrue parmi les femmes entrepreneures de leurs services, notamment grâce aux réseaux de femmes d'affaires et à l'utilisation des TIC	Les prestataires de services SDE ont modifié les services/ offres de SDE existants pour répondre aux besoins des femmes entrepreneures (par ex : approche, planification, embauche d'expertes/ conseillères/ formatrices, utilisation des TIC pour l'expansion de la portée de leurs prestations), ils font activement la promotion de leurs services auprès des potentielles femmes entrepreneures et des entreprises appartenant aux femmes	Les principaux SDE sont considérés comme étant adaptés aux besoins de femmes ; les femmes entrepreneures tout comme les hommes entrepreneurs ont recours de la même manière à tous les types de SDE

Annexe 2

C. Existence de SDE destinés aux femmes Note 1/5				
1	2	3	4	5
A ce jour, pas de SDE spécialement destinés aux femmes, mais il y a une reconnaissance accrue du besoin de toucher les femmes avec plus de SDE réactifs	Existence de services/programmes de SDE destinés aux femmes, mais avec une portée limitée en matière d'offres de services et de couverture géographique	Plusieurs programmes de SDE destinés aux femmes, mais ils se concentrent sur une gamme limitée d'offres (par ex : formation à l'auto-emploi pour les femmes ; SDE pour les micro-entreprises appartenant aux femmes) et ne sont pas accessibles dans tout le pays	Plusieurs programmes de SDE destinés aux femmes ; en plus de répondre aux besoins de formations et développement des micro-entreprises, ils sont aussi destinés aux femmes propriétaires d'entreprises en croissance, à la mise à niveau et au renforcement des capacités des PME appartenant aux femmes. Ces services de SDE sont accessibles aux femmes dans la plupart de zones du pays	Existence d'un système national organisé d'aide aux femmes entrepreneures (par ex: un bureau de femmes dans l'organisme gouvernemental qui est responsable de TPE et PME, des centres d'entreprise pour les femmes entrepreneures, des programmes de formation à l'entrepreneuriat pour les femmes, etc.), notamment grâce à l'accès des femmes entrepreneures aux TIC
<i>Recap: notes des sous-conditions</i>				
Sous-condition A: <u> 1 </u>				
Sous-condition B: <u> 2 </u>				
Sous-condition C: <u> 1 </u>				
Note totale: <u> (1+2+1)/3= 1.3 </u>				

Source : BIT, 2017, p57

Tableau 98. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 5 du DEF

Indicateurs et résultats pour la condition-cadre 5 du DEF : Accès aux marchés et à la technologie Note 3/5				
A. Promotion des exportations des femmes entrepreneures 1/5				
1	2	3	4	5
Pas de programmes axés sur la promotion ou le développement des exportations des entreprises appartenant aux femmes, seulement un petit nombre d'entreprises appartenant aux femmes sont associées aux activités d'exportation	Certains efforts limités pour promouvoir les opportunités d'exportation auprès des entreprises appartenant aux femmes par le biais de la transmission d'informations, mais ces entreprises ne sont généralement pas représentées dans les missions commerciales parrainées par le gouvernement ou dans les programmes de formation à l'exportation	Les organisations font activement des efforts pour intégrer les femmes entrepreneures aux séminaires et ateliers axés sur l'exportation ; les entreprises appartenant aux femmes participent faiblement aux missions/foires commerciales parrainées par les gouvernements	Des efforts concertés pour promouvoir les opportunités d'exportation des entreprises appartenant aux femmes, recherche active de leur participation dans les missions commerciales/foires parrainées par les gouvernements, et des premiers efforts pour garantir l'intégration des femmes entrepreneures dans les programmes d'aptitude à exporter et renforcer des capacités à améliorer la qualité de leurs produits et leurs compétences marketing	Existence d'un programme national exhaustif de promotion des exportations des femmes entrepreneures
B. Programmes gouvernementaux de marchés publics qui ciblent activement les entreprises appartenant aux femmes Note 1/5				
1	2	3	4	5
Des informations relatives aux opportunités de marchés publics sont disponibles, mais pas d'efforts particuliers pour s'assurer que les entreprises appartenant aux femmes soient informées ou concernées	Des efforts particuliers sont fournis pour transmettre les informations relatives aux opportunités de marchés publics auprès de potentielles femmes prestataires, par ex. aux moyens de réseaux de femmes d'affaires et aux mécanismes en ligne	En plus des efforts promotionnels en général, des ateliers sur l'accès aux opportunités de marchés publics sont proposés aux femmes entrepreneures	Mener des ateliers d'orientation, et proposer des programmes pour renforcer les capacités des femmes entrepreneures à respecter les exigences en vue d'être compétitives pour des contrats de marchés publics	Existence de programmes novateurs de marchés publics destinés aux femmes entrepreneures, comme en fixant un quota des marchés publics à attribuer aux entreprises appartenant aux femmes

C. Chaînes de valeur qui intègrent les entreprises appartenant aux femmes Note 1/5				
1	2	3	4	5
Pas d'initiatives de chaîne de valeur visant à intégrer particulièrement les entreprises appartenant aux femmes	Quelques initiatives pour intégrer les entreprises appartenant aux femmes dans les chaînes de valeur mais les femmes n'en sont généralement pas informées et ne sont pas ciblées pour le renforcement des capacités	Efforts promotionnels pour faire connaître aux entreprises appartenant aux femmes les opportunités des chaînes de valeur et un travail de développement a commencé/ est en cours pour renforcer leurs capacités à intégrer les chaînes de valeur	Existence de certains bons programmes de chaîne de valeur destinés aux entreprises appartenant aux femmes, mais ils sont limités à un ou deux secteurs et/ ou une ou deux régions	Les initiatives liées à la chaîne de valeur des entreprises appartenant aux femmes sont mises en œuvre dans de nombreux secteurs dans lesquels les entreprises appartenant aux femmes sont prédominantes, et à différents endroits du pays
D. Accès des femmes entrepreneures aux TIC et à la technologie 1/5				
1	2	3	4	5
Les entreprises appartenant aux femmes fonctionnent généralement avec des technologies rudimentaires, sont limitées dans leur utilisation des TIC pour le développement de leurs activités, et aucun effort n'est fait pour améliorer leur savoir-faire et leurs compétences en la matière	Des efforts préalables sont faits pour améliorer les compétences des femmes entrepreneures en termes d'éducation numérique grâce à des formations et en leur offrant de l'aide ainsi que des conseils sur la mise à jour de leur utilisation des technologies	Initiatives en place pour présenter aux femmes les innovations technologiques et les opportunités de développement des entreprises dans les secteurs des technologies (par ex : TIC, technologies biomédicales, environnementales et renouvelables)	Les entreprises appartenant aux femmes sont ciblées pour participer aux programmes d'actualisation et de modernisation technologiques et aux programmes axés sur l'intégration de solutions basées sur les TIC (par ex : systèmes de gestion de l'information, marketing en ligne, e-commerce, etc.) ; l'accès aux financements est disponible pour les aider à moderniser leurs activités dans ces domaines et à chercher des innovations technologiques	Les subventions gouvernementales sont disponibles pour les entreprises appartenant aux femmes afin de défrayer les coûts d'investissement en matière d'actualisation et de nouvelles technologies ; les femmes entrepreneures utilisent les TIC dans beaucoup de leurs opérations d'exploitation ; les femmes entrepreneures sont activement encouragées et aidées pour démarrer une entreprise dans les secteurs des hautes-technologies et innovants, notamment le secteur des TIC
<i>Recap: notes des sous-conditions</i>				
Sous-condition A: <u> 1 </u>				
Sous-condition B: <u> 1 </u>				
Sous-condition C: <u> 1 </u>				
Sous-condition D: <u> 1 </u>				
Note totale: <u> (1+1+1+1)/4= 1 </u>				

Source : BIT, 2017, p61

Tableau 99. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 6 du DEF

Indicateurs et résultats pour la condition-cadre 6 du DEF : Représentation des femmes entrepreneures et leur participation au dialogue politique				
A. Représentation et «voix» des femmes dans les associations professionnelles/ sectorielles note 1/5				
1	2	3	4	5
Les femmes d'affaires/ FCE représentent moins de 5 % de membres de grandes associations d'entreprises/ organisations sectorielles	Les femmes d'affaires/ FCE représentent au moins 15 % de membres de grandes associations d'entreprises/ organisations sectorielles	Les femmes d'affaires/ FCE représentent au moins 20 % de membres de grandes associations d'entreprises/ organisations sectorielles	Les femmes d'affaires/ FCE représentent au moins 30 % de membres de grandes associations d'entreprises/ organisations sectorielles	Les femmes d'affaires/ FCE représentent plus de 30 % de membres de grandes associations d'entreprises/ organisations sectorielles
B. Existence d'associations et réseaux de FCE note 3/5				
1	2	3	4	5
Il n'existe pas d'associations de femmes d'affaires/ femmes entrepreneures	Il n'existe seulement que quelques associations de ce type et elles sont situées pour la plupart dans les centres urbains et avec peu de membres	En plus d'être situées dans les zones urbaines, des telles associations ont été implantées dans quelques zones rurales du pays, mais la base d'adhésion est très restreinte	De nombreuses associations de ce type existent dans les zones urbaines et rurales, mais elles nécessitent de plus grandes capacités afin d'avoir plus de membres et jouer un rôle de plaidoyer	Des associations de femmes d'affaires/ entrepreneurs existent dans les zones urbaines et rurales ; elles représentent un nombre élevé de membres femmes entrepreneures ; elles ont été constituées en fédération nationale

Suite :

C. Participation des femmes entrepreneures au dialogue politique entre le secteur public et privé et leur influence sur les résultats note 3/5				
1	2	3	4	5
Les mécanismes de dialogue politique entre les secteurs public et privé ne sont pas bien développés dans le pays ; les groupes et associations de femmes sont rarement intégrés	Les principales associations d'affaires ne représentent pas convenablement les points de vue et préoccupations de leurs membres femmes et présentent rarement les problèmes qui affectent le DEF dans le dialogue politique avec le gouvernement ; la « voix » des associations de femmes d'affaires/entrepreneurs n'a pas beaucoup d'impact	Les principales associations professionnelles ont commencé à reconnaître l'importance de mieux intégrer le point de vue des membres femmes dans leurs priorités en matière de plaidoyer politique et les associations de femmes entrepreneures développent leurs compétences et capacités de plaidoyer, mais ces efforts n'ont pas encore beaucoup contribué à influencer l'agenda politique du gouvernement	Les principales associations professionnelles soulèvent régulièrement la question des préoccupations de leurs membres femmes dans le dialogue politique avec le gouvernement; les associations de femmes entrepreneures ont la capacité de jouer un rôle important de défense des intérêts et des préoccupations des entreprises appartenant aux femmes et de contribution aux documents politiques en cours d'élaboration ; les femmes entrepreneures sont incluses dans les comités de travail et consultatifs du gouvernement pour les réformes de l'environnement des entreprises	Il y a de nombreux exemples concrets où la participation des femmes d'affaires/ femmes entrepreneures dans le processus de dialogue entre le secteur public et privé ont apporté des résultats concrets en matière d'amélioration de l'environnement du DEF (par ex : modifications relatives au droit de la famille ; création de bureaux de femmes dans les institutions financières, modifications relatives au droit à la propriété, etc.)
<i>Recap: notes des sous-conditions</i>				
Sous-condition A: <u> 1 </u>				
Sous-condition B: <u> 3 </u>				
Sous-condition C: <u> 3 </u>				
Note totale: <u> (1+3+3)/3=2.3 </u>				

Source : BIT, 2017, p 65

Tableau 100. Grille d'évaluation pour la condition-cadre 3 du DEF

Indicateurs et résultats pour la Condition-cadre 3 du DEF : Accès aux services financiers sensibles à la dimension				
A. Participation des femmes entrepreneures aux programmes de financement génériques : Note 1/5				
1	2	3	4	5
Approche passive – quelques entreprises appartenant aux femmes comme clients	Début de reconnaissance du potentiel du marché des femmes entrepreneures et début de la mise en œuvre de formations sensibles à la dimension genre destinées aux agents de crédit, mais ne touche pas encore activement le marché des femmes entrepreneures par le biais d'efforts promotionnels	Reconnaissance du potentiel du marché des femmes entrepreneures, mise en œuvre des formations sensibles à la dimension genre destinées aux agents de crédit et touche activement le marché des femmes entrepreneures grâce à des activités promotionnelles	Efforts actifs pour atteindre le marché des femmes entrepreneures grâce à des activités promotionnelles, des prêts adaptés et des services financiers sont élaborés pour les femmes entrepreneures	Les prêts adaptés et des services financiers sont élaborés pour le marché des femmes entrepreneures, les cibles de performance sont généralement fixées par rapport au nombre de prêts accordés aux entreprises appartenant aux femmes, le système financier est considéré comme attentif aux femmes, les données clients sont suivies et rapportées sur la base d'une ventilation par sexe
B. Programmes de financement spécifiquement destinés aux entreprises appartenant aux femmes note : 1/5				
1	2	3	4	5
Il n'y a pas de services financiers destinés spécifiquement aux Entreprises appartenant aux femmes/ femmes entrepreneures	Il existe un petit nombre de programmes de prêts destinés aux femmes, mais essentiellement aux microentreprises appartenant aux femmes	Il existe des programmes de crédits pour les entreprises de différentes tailles et à différents stades de développement (du démarrage à l'expansion), mais essentiellement accessibles dans certaines parties du pays (par ex : centres urbains) ; pas de preuve montrant l'existence de programmes de participation axés sur les femmes (capital d'amorçage et capital-risque)	Les programmes de garantie de prêts destinés aux entreprises appartenant aux femmes complètent les programmes de crédit destinés aux femmes entrepreneures à différents stades de leur développement (du démarrage à l'expansion) ; mais essentiellement accessibles dans les zones urbaines	Les programmes de crédits (micro finance et financement des banques commerciales) et la participation (capital d'amorçage et capital-risque) pour les femmes existent et sont accessibles aux femmes entrepreneures dans les zones urbaines et rurales, y compris grâce aux solutions fondées sur les TIC comme le mobile money
<i>Recap: notes des sous-conditions</i>				
Sous-condition A: __1__				
Sous-condition B: __1				
Note totale: __ (1+1)/2=1 __				

Source : BIT, 2017, p53



Annexe 3 du chapitre 3

Tableau 101. Nombre d'étudiants en sciences économiques, commerciales et les sciences de gestion

dept	Diplôme préparé	filière	Spécialités	niveau	Algériens		étrangers		total	total licence	Total Master
					G	F	G	F			
SEGC	licence	Enseignement de base en sciences économique, de gestion et commerciales		1ère année	1093	852	7	6	1958	1959	
	Total département					1093	852	7	6	1958	1958
sciences économiques	licence	sciences économiques	sciences économique	2ème année	199	283	5			785	359
			monnaies, banque et environnement financier	3ème année	94	143	3				
			économie des transports et des logistiques	3ème année	14	14					
			économie du développement	3ème année	14	12	1				
				économie appliquée, ingénierie financière	1ère année	34	48	1			
				monnaies, banque et environnement international	1ère année	34	57	2			
				économie de la santé	2ème année	0	6				
				économie appliquée, ingénierie financière	2ème année	25	50				
				monnaie, banque et environnement international	2ème année	18	40	1			
économie	aménagement du territoire et développement	1ère année	17	9	2						

Annexe 3

		aménagement du territoire et développement	2ème année	1	13						
		Total département		450	675	15	4	1144			

<i>sciences de gestion</i>	licence	sciences de gestion	Sciences de gestion	2ème année	206	270		1	477	885	
			comptabilité, finance	3ème année	65	68			133		
			management et gestion des entreprises	3ème année	87	84			171		
	master		management éco, des territoires et entrepreneuriat	1ère année	37	29			66		
			management de l'organisation	1ère année	14	24			38		
			finances entreprise	1ère année	10	25			35		
			gestion des ressources humaines	1ère année	26	36			62		
			finances et comptabilité, contrôle et audit	1ère année	77	144	2		223		
			management éco des territoires et entrepreneuriat	2ème année	20	17			37		
			management des organisations	2ème année	30	24			54		
			finances entreprise	2ème année	19	23			42		
			gestion des ressources humaines	2ème année	2				2		
			finances et comptabilité, contrôle et audit	2ème année	164	175			339		
			Total département				757	919			1679
<i>sciences commerciales</i>	licence	sciences commerciales	Sciences commerciales	2ème année	289	234			523	907	
			finances et commerce international	3ème année	73	143			216		
			marketing	3ème année	59	108			167		
	master		finances et commerce international	1ère année	74	99			173		
			marketing	1ère année	65	79			144		
			finances et commerce international	2ème année	19	25			44		
			marketing	2ème année	23	26			49		
Total département				602	714	3	0	1316	4535	1565	
					2902	3160	27	11	6062	4535	1565
										72,10%	24,88%

<i>dept</i>	<i>Diplôme préparé</i>	<i>filière</i>	<i>Spécialités</i>	<i>niveau</i>	Algériens		étrangers		<i>total</i>	<i>total licence</i>
					<i>G</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>F</i>		
sciences économiques	licence	sciences économiques	monnaies finances et banque	3ème année	10	1			11	190
			monnaies finances et banque	4ème année	23	24	3	3	53	
			analyse économique	4ème année	13	4	3		20	
	Total département				46	29	6	3	84	
sciences gestion	licence	sciences de gestion	Finance	4ème année	14	3	4	3	24	
			comptabilité	4ème année	15	8	1		24	
	Total département				29	11	5	3	48	
science commerciale	licence	sciences commerciales	Finance	3ème année	8	4				
			Finance	4ème année	31	9	1			
			Marketing	4ème année	3	2				
	Total département				42	15	1			
Totaux général classique					117	55	12	6		190
										3,02%
					Total faculté 6290					

Source : Université de Bejaia, 2014.

Tableau 102. Nombre d'étudiants en médecine

<i>dept</i>	<i>Diplôme préparé</i>	<i>filière</i>	<i>Spécialités</i>	<i>niveau</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>total</i>	<i>total licence</i>
<i>sciences infirmière</i>	licence	sciences infirmière		1ère année	12	60			72	488
				2ème année	14	138			152	
				3ème année	47	217			264	
	Total département				73	415	0	0	488	
				Totaux général	73	415	0	0		488
										40,46%
<i>dept</i>	<i>Diplôme préparé</i>	<i>filière</i>	<i>Spécialités</i>	<i>niveau</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>total</i>	<i>total licence</i>
<i>médecine</i>	docteur en médecine			1ère année	27	96			123	718
				2ème année	28	82			110	
				3ème année	17	83			100	
				4ème année	31	106			137	
				5ème année	26	33			59	
				6ème année	28	84			112	
				7ème année	15	62			77	
	total département				172	546	0	0	718	
				Totaux général	172	546	0	0		718
										59,54%

Source : Université de Bejaia, 2014.

Tableau 103. Nombre d'étudiants en sciences humaines et sociales

département	Diplôme préparé	filière	Spécialités	niveau	Algériens		étrangers		total	total licence	Total Master	
					G	F	G	F				
sciences sociales	licence	sciences sociales		1ère année	290	492	2	1	785			
				2ème année	228	381	6	3	618			
	master	sociologie	sociologie du travail, emploi et organisation	3ème année	144	216	13	8	381			
		psychologie	psychologie clinique	3ème année	43	194	1	1	239			
	sciences sociales	master	psychologie	psychologie clinique	1ère année	43	226			269		
				psychologie clinique	2ème année	21	79			100		
		sciences sociales	sociologie du travail et des ressources humaines	sociologie du travail et des ressources humaines	1ère année	166	244	12	16	438		
										0		
				sociologie: sociologie de la santé	1ère année	10	17	1		28		
				développement et handicap		6	7			13		
	sciences sociales	sociologie du travail et des ressources humaines	sociologie du travail et des ressources humaines	2ème année	70	142	2		214			
								0				
		sociologie; sociologie de la santé	2ème année	10	11			21				
Total département												
sciences humaines	licence	sciences humaines		1ère année	91	228			319	319		
Total département					91	228	0	0	319			
science et tech des	licence	sciences et technologie des activités physique		1ère année	67	18			85	237		
				2ème année	67	19			86			

Annexe 3

		activité physique et sportive éducative	activité physique et sportive scolaire	3ème année	48	18			66		
	master		activité physique et sportive scolaire	1ère année	38	18			56		56
				Total département	220	73	0	0	293	2579	1139
										68.23%	30.13%
							Algériens	étrangers			
<i>dept</i>	Diplôme préparé	filière	Spécialités	niveau	G	F	G	F	total	total licence	
	licence	sociologie	sociologie de la communication	3ème année	4	3			7	62	
			sociologie de la communication	4ème année	11	8			19		
			sociologie de l'éducation	3ème année					0		
			sociologie de l'éducation	4ème année	1	1			2		
			sociologie du travail	3ème année	3				3		
			sociologie du travail	4ème année	15	15	1		31		
				Total département	34	27	1		62		
				Totaux général classique	34	27	1			62	
											1,64%

Source : Université de Bejaia, 2014.

Tableau 104. Nombre d'étudiants en Sciences exactes

dept	Diplôme préparé	filière	Spécialités	niveau	Algériens		étrangers		total	total licence	Total Master
					G	F	G	F			
Mathématiques	licence	MI		1ère année	350	297			647	816	
		Mathématiques	Analyse et probabilités	2ème année	24	41			65		
			Statistiques et traitement informatique des données	2ème année	8	41			49		
			Analyse et probabilités	3ème année	9	16			25		
	master	Mathématiques	Statistiques et traitement informatique des données	3ème année	6	24			30		
			Analyse et probabilités	1ère année	11	9			20		
			Statistiques et analyse décisionnelle	1ère année	4	22			26		
		SAD	Analyse et probabilités	2ème année	2	12			14		
				2ème année	5	7			12		
total département					419	469	0	0	888		
Informatique	licence	Informatique		2ème année	197	171			368	679	
				3ème année	138	172			310		
				3ème année	1	0			1		
	master			1ère année	111	90			201	381	

Annexe 3

				2ème année	22	31			53				
				2ème année	76	51			127				
	total département				545	515	0	0	1060				
R. opérationnelle	licence	Mathématiques appliquées		1ère année	125	55			180	657			
			RO / Aide à la décision	2ème année	118	78			196				
			RO / Aide à la décision	3ème année	74	75			149				
		Mathématiques	RO / Aide à la décision	2ème année	32	33			65				
			RO / Aide à la décision	3ème année	27	40			67				
	Master	Opérationnelle			1ère année	18	18			36		204	
		Mathématiques appliquées			1ère année	54	75			129			
		R. opérationnelle	Modélisation Mathématiques et Technique de Décision			2ème année	9	18					27
			Fiabilité et Evaluation des Performance des réseaux			2ème année	6	6					12
	total département					463	398	0	0	861			

Physique	licence	SM		1ère année	88	168			256	328		
			Physique	Physique	2ème année	22	16					38
				Physique générale	3ème année	19	15					34
	master	Physique	Physique théorique	1ère année	3	10			13	59		
			Physique des Matériaux et Nano-composite	1ère année	12	7			19			
			Biophysique et Imagerie	1ère année	9	9			18			
			Physique Théorique	2ème année	3	0			3			

Annexe 3

		Physique des Matériaux et Nano-composite	2ème année	3	3			6		
total département				159	228	0	0	387		

Chimie	Licence	Chimie	Chimie	2ème année	53	119			172		
			Chimie fondamentale	3ème année	39	113		2	154		
	Master		Analyse	1ère année	7	29			36		
			Chimie des Matériaux	1ère année	10	24			34		
			Analyse	2ème année	4	16			20		
			Chimie des Matériaux	2ème année	8	9			17		
	total département					121	310	0	2	433	
TOTAUX GENERAL LMD					1707	1920	0	2	3629	2806	823
										77,32%	22,68%

Total faculté 3629

Source : Université de Bejaia, 2014.

Tableau 105. Nombre des étudiants en Technologie

<i>tec</i>	<i>hno</i>	<i>loc</i>	licence	architecture	architecture	1ère année	1400	633	4	2	2039	3650	
<i>dept</i>	<i>Diplôme préparé</i>	<i>filière</i>	<i>Spécialités</i>			<i>niveau</i>	<i>Algériens</i>		<i>étrangers</i>		<i>total</i>	<i>total licence</i>	<i>Total Master</i>
						<i>G</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>F</i>				
Architecture	licence	architecture	architecture		1ère année	17	17					700	
			architecture		2ème année	135	225			363			
			architecture		3ème année	105	198			303			
	master	architecture urbaine	architecture, ville et territoire		1ère année	58	138			196		235	
			architecture, ville et territoire		2ème année	22	17			39			
	total département						340	595	0	0	935		
Architecture	licence	hydraulique	hydraulique		1ère année	89	29			118	391		
			hydraulique		2ème année	97	40			137			
			hydraulique urbaine		3ème année	82	24			106			
			ouvrages et aménagement hydraulique		3ème année	20	10			30			
	master		ouvrages et aménagement hydraulique		1ère année	20	8			28			153
			hydraulique urbaine		1ère année	77	23			100			
			hydraulique urbaine		2ème année	16	9			25			
			total département						401	143			
mines et géologie	licence	Mines			1ère année	192	38			230	627	151	
					2ème année	146	57	1		204			
			gestion de l'environnement minier		3ème année	124	68	1		193			
	master		exploitation minière		1ère année	35	29			64			
			valorisation des ressources minérales		2ème année	32	31			63			
			valorisation des ressources minérales		2ème année	17	7			24			
			total département						546	230			2

Annexe 3

			architecture	2ème année	1003	515	3		1521		
			total département		2403	1148	7	2	3650		
<i>génie civil</i>	licence	génie civil	construction bâtiment	2ème année	15	6			21	407	647
			génie civile	3ème année	256	130			386		
	master		géotechnique	1ère année	30	22	1		53		
			construction métallique	1ère année	47	28			75		
			matériaux et structure	1ère année	210	112			322		
			géotechnique	2ème année	13	7			20		
			construction métallique	2ème année	31	9			40		
			matériaux et structures	2ème année	103	34			137		
total département				705	348	1	0	1054			
<i>génie des procédés</i>	licence	génie des procédés	génie des procédés		43	178	1		222	222	
	master		génie chimique		14	56	1		71	241	
			sciences et technologies du médicament		2	23			25		
			génie de l'environnement		15	15			30		
			polymères et composites		12	27			39		
			génie chimique		13	32			45		
			sciences et technologies du médicament		4	8			12		
			génie de l'environnement		3	5			8		
polymère et composites		4	7			11					
total département				110	351	2	0	463			

<i>génie mécanique</i>	licence	génie mécanique	génie mécanique	3ème année	143	17			160	160	
	Master		énergétique	1ère année	30	4			34	220	
			maintenance industrielle	1ère année	30	0			30		
			ingénierie mécanique assistée par ordinateur	1ère année	19	0			19		
			conception mécanique et production	1ère année	19	0			19		
			matériaux pour l'ingénierie mécanique	1ère année	13	3			16		
			énergétique	2ème année	25	0			25		
			maintenance industrielle	2ème année	23	3			26		
			ingénierie mécanique assistée par ordinateur	2ème année	16	0			16		
			conception mécanique et production	2ème année	17	0			17		
			matériaux pour l'ingénierie mécanique	2ème année	18	0			18		
total département				353	27	0	0	380			

<i>Génie électrique</i>	licence	génie électrique	télécommunication		31	27				532	
			Automatique		79	13					
			électrotechnique		306	52					
	master	électronique	électronique		15	6	3				608
			télécommunication		35	34					
			Automatique		56	11					
			télécommunication		11	11					
		électrotechnique	Automatique		30	4					
			Electrotechnique		226	44					
			Commande de système électrique		24	4					
			réseaux électrique		30	5					

Annexe 3

			Electromécanique		30	0					
			Automatisme industriel		20	1					
			Technique de haute tension		9	2					
			énergie renouvelable		15	6					
			total département		917	220	3	0	1140		
			TOTAUX GENERAL LMD		5775	3062	15	2		6599	2255
										74,42%	24,43%

<i>dept</i>	<i>Diplôme préparé</i>	<i>filière</i>	<i>Spécialités</i>	<i>niveau</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>total</i>	<i>Total ingénieur</i>
génie civil	ingénieur	génie civil	construction civile et industrielle	4ème année	4	1			5	
			construction civile et industrielle	5ème année				1		
	total département		5	1	0	0	6			
génie électrique	ingénieur	électrotechnique	commande	4ème année					1	
			commande	5ème année				1		
			électromécanique	4ème année				2		
			électromécanique	5ème année				3		
			total département		7	0	0	0	7	
			TOTAUX GENERAL CLASSIQUE		12	1	0	0		13
										0,15%
										Total faculté 8867

Source : Université de Bejaia, 2014.

Tableau 106. Faculté des Sciences de la Nature et de la Vie

dept	Diplôme préparé	filière	Spécialités	niveau	Algériens		étrangers		Total	total licence	Total Master
					G	F	G	F			
Tronc Commun Science de la vie	licence	Science de la nature et de la vie	Science de la nature et de la vie	1ère année	300	1133			1433	2128	
			Science de la nature et de la vie	2ème année	109	586			695		
	total département					409	1719	0	0	2128	
Biologie physique-chimique	licence	Biologie	Biochimie appliquée	3ème année	16	116	2		134	134	
	master	Biochimie appliquée	Biochimie appliquée	1ère année	7	51			58		209
			Biochimie appliquée	2ème année	9	44			53		
	Génétique appliquée	Génétique appliquée	1ère année	5	21			26			
		Génétique appliquée	2ème année	4	9			13			
	Biochimie	Pharmacologie moléculaire	Pharmacologie moléculaire	1ère année	1	34			35		
			Pharmacologie moléculaire	2ème année	0	24			24		
total département					42	299	2	0	343		
Science Biologie de l'Environnement	licence	Biologie	Santé et environnement	3ème année	4	31	1		36	91	
			Management de l'environnement	3ème année	6	22			28		
		Biologie et Physiologie Animale	Biologie et Physiologie Animales comparées	3ème année	7	20			27		
	master	Science de l'environnement	Science naturelle de l'environnement	1ère année	4	12			16		110
			Environnement et santé publique	1ère année	5	16			21		
			Science naturelle de l'environnement	2ème année	6	7			13		

			Environnement et santé publique	2ème année	5	11			16		
			Environnement et sécurité alimentaire	2ème année	2	14			16		
		Biologie et physiologie	Reproduction et technologie animale	1ère année	2	10			12		
			Reproduction et technologie animale	2ème année	2	14			16		
		total département			43	157	1	0	201		
<i>Microbiologie</i>	licence	Biologie	Microbiologie appliquée	3ème année	14	124	1	1	140	140	
	master	Microbiologie	Microbiologie alimentaire sanitaire	1ère année	1	22			23		145
			Écologie microbienne et environnement	1ère année	2	12			14		
			Biotechnologie microbienne	1ère année	5	20			25		
			Microbiologie alimentaire sanitaire	2ème année	3	19			22		
			Biotechnologie microbienne	2ème année	3	16			19		
			Microbiologie moléculaire et médicale	2ème année	0	20			20		
	Sciences biologiques	Microbiologie en secteur biomédical et vétérinaire	1ère année	0	22			22			
		total département			28	255	1	1	285		
<i>Sciences alimentaires</i>	licence	Sciences biologiques	Emballage et qualité	2ème année	19	7			26	145	
			Alimentation et nutrition	3ème année	16	103			119		
	master	Sciences alimentaires	Biotechnologie agro-ressources aliment et m	1ère année	2	39			41		201
			Biotechnologie agro-ressources aliment et m	2ème année	2	35			37		
		Biotechnologie agro-ressources aliment et nutrition	Corps gras	1ère année	2	8			10		
			Industrie laitière	1ère année	5	8			13		
			Sciences des aliments	1ère année	10	35			45		
		Corps gras	2ème année	1	9			10			

Annexe 3

			Industrie laitière	2ème année	1	11			12		
			Sciences des aliments	2ème année	16	17			33		
			total département		39	162	0	0	301		
			TOTAUX GENERAL LMD		561	2592	4	1	3158	2638	665
										78,44%	19,77%

<i>dept</i>	<i>Diplôme préparé</i>	<i>filière</i>	<i>Spécialités</i>	<i>niveau</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>total</i>	<i>Total ingénieur</i>
Sciences biologiques de l'environnement	Ingénieur	Écologie et environnement	Pathologies des écosystèmes	5ème année	2	0			2	60
	total département				2	2	0	0	2	
Microbiologie	Ingénieur	Biologie	Génie biologique	3ème année	1	2			3	
			Génie biologique	4ème année	2	5			7	
			Génie biologique	5ème année	8	32			40	
	total département				11	39			50	
Sciences alimentaires	Ingénieur	Biologie	Contrôle de qualité et analyse	5ème année	3	5			8	
	total département				3	5	0	0	8	
	TOTAUX GENERAL CLASSIQUE				16	44	0	0		60
										1,78%
										Total faculté 3363

Tableau 107. Répartition des étudiants par spécialité, faculté de Droit

dept	Diplôme préparé	filière	Spécialités	niveau	Algériens		étrangers		Total	total licence	Total Master
					G	F	G	F			
Enseignement de base en droit	licence	Droit		1ère année	467	831			1298	2336	
				2ème année	310	728			1038		
	total département					777	1559	0	0	2336	
Droit privé	licence	Sciences Juridiques et Administratives	Droit privé	3ème année	58	264			322	322	
	master	Droit	Droit privé général	1ère année	24	157			181	418	
			Droit privé et sciences criminelles	1ère année	18	44			62		
			Droit privé général	2ème année	19	97			116		
			Droit privé et sciences criminelles	2ème année	25	34			59		
total département					144	596	0	0	740		
Droit public	licence	Sciences Juridiques et Administratives	Droit public	3ème année	53	140			193	193	
	master	Droit	Droit des collectivités territoriales	1ère année	42	99			141	381	
			Droit international humanitaire et droit	1ère année	48	40			88		

Annexe 3

			Droit des collectivités territoriales	2ème année	22	55			77		
			Droit international humanitaire et droit	2ème année	41	34			75		
			total département		206	368	0	0	574		
<i>Droit des affaires</i>	licence	Sciences Juridiques et Administratives	Droit économique et des affaires	3ème année	92	165			257	257	
	master	Droit	Droit public des affaires	1ère année	57	135			192		390
			Droit immobilier	1ère année	13	20			33		
			Droit public des affaires	2ème année	43	109			152		
			Droit immobilier	2ème année	2	11			13		
total département					207	440	0	0	647		
			TOTAUX GENERAL LMD		1334	2963	0	0		3108	1189
										67,58%	25,85%
<i>dept</i>	<i>Diplôme préparé</i>	<i>filière</i>	<i>Spécialités</i>	<i>niveau</i>	G	F	G	F		total	Total ingénieur
				3ème année	43	37				80	302
				4ème année	90	130	2			222	
			total département		133	167	2	0		302	
			TOTAUX GENERAL CLASSIQUE		133	167	2	0			302
											6,57%

Annexe 3

	master		Linguistique et didactique du français langue étrangère	1ère année	8	29			37	620	
		Français	Sciences du langage	1ère année	71	105			176		
			Didactique du français langue étrangère	1ère année	21	62			83		
			Sciences des textes littéraires français et d'expression	1ère année	20	47			67		
			Sciences du langage	2ème année	72	85			157		
			Didactique du français langue étrangère	2ème année	15	45			60		
			Sciences des textes littéraires français et d'expression	2ème année	11	29			40		
total département					713	1419	6	1	2139		
Langue et culture AMAZIGHES	licence	Langue et culture Amazighes		1ère année	141	171			312	1136	
				2ème année	145	208			353		
			Linguistique	3ème année	106	331			437		
		Langue et civilisation	Civilisation	3ème année	15	10			25		
		Langue et littérature	Littérature	3ème année	5	4			9		
	master	Linguistique	Géographie linguistique	1ère année	63	141			204	630	
			Géographie linguistique	2ème année	51	190			241		
		Civilisation amazighe	Anthropologie du monde amazigh	1ère année	20	19			39		
			Anthropologie du monde amazigh	2ème année	34	17			51		
		Sciences du langage	Didactique de la langue amazighe	1ère année	20	32			52		
Didactique de la langue amazighe			2ème année	13	30			43			
total département					613	1153	0	0	1766		
TOTAUX GENERAL LMD					2044	6040	6	3		5262	2831
										64,16%	34,52%

Annexe 3

<i>dept</i>	<i>Diplôme préparé</i>	<i>filière</i>	<i>Spécialités</i>	<i>niveau</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>F</i>	<i>total</i>	<i>Total ingénieur</i>
Arabe	licence	Arabe		3ème année	1	1			2	108
				4ème année	15	72			87	
	total département				16	73	0	0	89	
LCA	licence	Culture amazighe		4ème année	10	9			19	
				total département				10	9	
TOTAUX GENERAL CLASSIQUE					26	82	0	0		108
										1,32%
										Total faculté 8201

Source : Université de Bejaia, 2014.

Tableau 109. Liste des inscrits, CFPA féminin (Validation de janvier 2014)

Validation Janvier 2014	G	F	Durée
coiffure dame et homme	2	4	18 mois
Comptabilité CMP	3	7	24 mois
Comptabilité BT	0	2	30 mois
Couture	2	15	18 mois
Prêt à porter	0	3	24 mois
Bijouterie	1	0	18 mois
opérateur micro-informatique	1	3	18 mois
Garniture auto et ameublement	5	0	18 mois
Secrétariat	0	27	24 mois
Secrétariat bureautique	0	12	30 mois
Agent de transit et dédouanement	3	2	30 mois
Cuisine de collectivités	39	4	18 mois
pâtisserie	0	2	18 mois
Magasinier	3	0	18 mois
Agent de saisie	0	3	18 mois
Exploitant informatique	2	1	30 mois
Boucher hôtelier	1	0	24 mois
Photographe	0	1	24 mois

Source : CFPA féminin, 2014

Fiche technique 1. Présentation de l'INSFP

FICHE TECHNIQUE DE PRESENTATION DE L'ETABLISSEMENT

Wilaya de : **Béjaia** Circonscription technique et pédagogique n° **06-24**

Etat civil du chef de l'établissement (si c'est un ordonnateur, précisez) : OUI

Présentation de l'établissement :

Nom de l'établissement : **I.N.S.F.P de Gestion ; Institut National de la Formation Professionnelle de gestion-Béjaia.**

Adresse : **Route des Aurès Iheddaden – Béjaia**

Tel/ **034.16.91.16/ 034.16.91.26** Fax : **034.16.91.20** E-mail :/.....

Date de création de l'établissement : **22/10/1991**

Personnels d'encadrement (INSFP) : **S/DES S/DAF S/F.C Chefs de service : SOUS DIRECTION.**

Formateurs : **PEP (Professeurs de l'enseignement professionnel) : 02...PSFEP 1&2 (Professeur Spécialisés de la Formation et de l'Enseignement Professionnel): 28 dont recrutement : 05 Vacataires :02 CPE (Contrat pré-emplois) : 10**

Autre catégorie de personnel (total de l'effectif) .../....

Formateurs en stage d'immersion professionnelle : **...03..** Nombre d'entreprise concernées : .../....

Branches Professionnelles ouvertes : **...07...** Nombre de spécialités ouvertes : **...14....**

S/ D.E.S : Sous-Direction des Études et des Stages

S/ D.A.F : Sous-Direction de l'Administration et des Finances

S/ F.C : Sous-Direction de la Formation Continue

Source : INSFP, 2014/ 2015

Fiche technique 2. Présentation du CFPA mixte

FICHE TECHNIQUE DE PRESENTATION DE L'ETABLISSEMENT

Wilaya de : **Béjaia** Circonscription technique et pédagogique n° **06-01**

Etat civil du chef de l'établissement (si c'est un ordonnateur, précisez) : OUI

Nom : **TOUAHRIA**, Prénoms : **KAMAL**, Date et lieu de naissance : **W. Bejaia**

Date d'installation : 07/04/2013 Date de la première installation au niveau du secteur :
Dernière Fonction occupée **ATP**

Présentation de l'établissement :

Nom de l'établissement **C.F.P.A Mixte Younes Lekhel**

Adresse ; **Route National N°24 BEJAIA**

TEL/LD.....FAX : **034.20.02.02** Mobile :...../..... Std **034.11.12.49** E-mail :.....

Date de création de l'établissement : **1974** Situation juridique de l'assiette (terrain) : Terrain Domaniale.

Personnels d'encadrement (CFPA & Annexes) : ATP **01** / ATPA **01** / ATPM **01**/ C.Orient **01** / Sur G1 : **01** / Intendant : **01**

Personnels d'encadrement (INSFP & Annexes) : DES.../.....DAF.../.....Chef de servies.../...

Personnels d'encadrement (IEP) : : DES.../.....DAF.../.....Chef de servies.../...

Formateurs : PFP **40** PSFEP 1 & 2 : **10**/ dont recrutementVAC.....CPE.....

Autre catégories de personnel (total de l'effectif).....

Formateurs en stage d'immersion professionnelle...../.....nombre d'entreprise concernées :...../.....

Branches professionnelles ouvertes :....**11**.... Nombre de spécialité ouvertes.....**48**....

Equipements : Nombre d'EQ installés..... Nombre d'EQ. Fonctionnels..11.. Nombre d'EQ. En panne Nombre d'EQ Obsolète (à reformer)

Nombre d'EQ Réformés...../..... Nombre EQ Fonctionnels (ou neuf) non opérationnels.....Nombre EQ Beuf non installés :.....

Nombre EQ redéployés dans la wilaya.....Nombre EQ redéployés Hors Wilaya.....TOTAL EQ REDEPLOYES :.....

Source.: CFPA mixte, 2014/ 2015



Annexe 4 du chapitre 4

« Annexe 4 du chapitre 4 »

Tableau 110. Type de qualification professionnelle suivi par les femmes de l'échantillon

Désignation	Nombre	%
Informatique	123	26,5
Informatique et langues étrangères	36	7,7
Langues étrangères	17	3,7
CAPA	12	2,6
Pratique sur le logiciel ArchiCAD	8	1,7
Informatique + CAPA	8	1,7
GRH	8	1,7
Couture	4	0,9
Informatique, gâteaux, et licence en droit	4	0,9
Informatique + sport	3	0,6
JAVA	3	0,6
Gestion des entreprises	2	0,4
Création de sites web	2	0,4
Informatique, anglais, business et gestion des stocks	2	0,4
Informatique et commerce international	2	0,4
INSFP	2	0,4
Prêt à porter	2	0,4
Coiffure	2	0,4
Informatique générale, Access et conception de page web	1	0,2
CAPA+ Licence en informatique	1	0,2
Informatique, anglais technique (UFC), infographie et management de la qualité	1	0,2
Paramédical « Assurance qualité »	1	0,2
Pratique sur le logiciel Autocad	1	0,2
CAPA, informatique et anglais	1	0,2
Informatique, commerce international, négociation commerciale et droit des affaires	1	0,2
Langues étrangères et psychologie	1	0,2
Informatique et GRH	1	0,2
Marketing (Formation INSIM)	1	0,2
JAVA et création de sites web	1	0,2
Ingénierie en statistiques, licence en droit, CAPA, couture et coiffure	1	0,2
Psychologie	1	0,2
CAPA, informatique et français	1	0,2
Formation sur la gestion d'une auto-école	1	0,2
Déclarant en douane	1	0,2

Annexe 4

Installation et configuration réseaux	1	0,2
Informatique et gestions des entreprises	1	0,2
Dessin architecture	1	0,2
Secrétariat	1	0,2
Informatique et broderie	1	0,2
Programmation	1	0,2
Secourisme	1	0,2
Informatique et psychologie	1	0,2
Langues étrangères + gâteaux	1	0,2
Massothérapie	1	0,2
Traduction	1	0,2
N'est pas concernée	198	42,6
Total	465	100

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Tableau 111. Type de profession antérieure

Désignation	Nombre	%
Aide familial	9	1,9
Vendeuse de vêtements dans une boutique	7	1,5
Apprentie	5	1,1
Saisonnnière dans une usine	5	1,1
Coiffure	4	0,9
Coiffure pour étudiantes	4	0,9
Enseignante CEM « Remplaçante » ou enseignante dans une école privée	3	0,6
Commerciale Oriflame	3	0,6
Activité informelle au niveau de la résidence universitaire	3	0,6
Chef de rang	2	0,4
Secrétaire d'un avocat	2	0,4
Broderie	2	0,4
TAD Crochet	2	0,4
Saisie informatique	2	0,4
Mauvaise expérience de création d'entreprise	2	0,4
Saisonnnière dans leur entreprise familiale	1	0,2
Assistante administrative	1	0,2
Animatrice (saisonnnière)	1	0,2
Gestion et facturation	1	0,2
Saisonnnière « Pâtisserie »	1	0,2
Pratique dans la médecine	1	0,2
Hôtesse	1	0,2
Assistant Réseaux informatique	1	0,2
Vendeuse pâtisserie	1	0,2
organisatrice des affaires culturelles	1	0,2
Prêt à porter	1	0,2
Atelier de couture	1	0,2
Location puce Djezzy et Mobilis	1	0,2
Location clés USB Internet	1	0,2
Analyse alimentaire (saisonnnière)	1	0,2
Secrétaire dans une agence immobilière	1	0,2
Création et gestion d'un cyber café à son compte	1	0,2
Chargée de communication, employée à mi-temps dans une entreprise privée	1	0,2
TAD saisonnière Gâteaux	1	0,2
Athlète à temps partiel	1	0,2
n'est pas concernée	390	83,9
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Tableau 112. Création d'entreprise : idée, obstacles et attentes

Désignation	Nombre	%
Idee de création		
Oui	262	56,3
Non	203	43,7
Total	465	100,0
L'obstacle principal empêchant de mettre en œuvre l'idée de création		
Le problème de financement	101	21,7
Occupée par les études (manque de temps)	55	11,8
occupée par les études + problèmes de financement	33	7,1
Problème de financement et peur d'engagement	13	2,8
Problème de financement, Peur de s'engager et manque d'expérience	10	2,2
Problème de financement + manque d'expérience	9	1,9
Manque d'expérience	6	1,3
Une personne de sexe masculin le leur interdit	6	1,3
Elle a besoin de son diplôme	5	1,1
Problème social lié au domaine de création	5	1,1
La peur de s'engager parce qu'elle se sent seule	5	1,1
Aucun frein: Elle a déjà commencé ses démarches de création	3	0,6
Elle n'a pas le domaine de l'entrepreneuriat comme tradition	3	0,6
Manque de local	2	0,4
Ne le sait pas...Pas clair dans sa tête	2	0,4
Même avec toutes les idées qu'elle a, elle ne désire pas devenir entrepreneure	2	0,4
découvrir plus en voyageant	1	0,2
Elles n'ont pas chez elles le domaine de l'entrepreneuriat comme tradition + problème de financement	1	0,2
N'est pas concernée	203	43,7
Total	465	100,0
Si l'idée de création est présente, avez-vous débuté vos démarches liées à la création de votre entreprise ?		
Oui	16	3,4
Non	246	52,9
N'est pas concernée	203	43,7
Total	465	100,0
Si vous n'avez pas débuté vos démarches de création, y'a-t-il au moins une personne dans votre entourage familial ou amical qui vous encourage à débiter vos démarches de création ?		
Oui	197	42,4
Non	49	10,5
N'est pas concernée	219	47,1
Total	465	100,0
Si oui, de quelle façon vous aident-ils ?		
Aide financière		

Annexe 4

Oui	94	20,2
Non	152	32,7
N'est pas concernée	219	47,1
Total	465	100,0
Aide sous forme d'idées proposées		
Oui	114	24,5
Non	132	28,4
N'est pas concernée	219	47,1
Total	465	100,0
Aide psychologique		
Oui	158	34
Non	88	18,9
N'est pas concernée	219	47,1
Total	465	100,0
Offre de capital social		
Oui	47	10,1
Non	199	42,8
N'est pas concernée	219	47,1
Total	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Tableau 113. Modules relatifs à l'entrepreneuriat

Désignation	Nombre	Pourcentage
Gestion des entreprises	25	8,4
Droit	7	2,3
Management et projets d'investissement	6	2,0
GRH	6	2,0
Droit de la famille	6	2,0
Marketing	5	1,7
Mathématiques et informatique	5	1,7
Sociologie de l'entreprise	4	1,3
Langues étrangères	4	1,3
Économie	4	1,3
Science naturelle et science de l'environnement	3	1,0
Psychologie	3	1,0
Comptabilité et gestion des entreprises	2	0,7
Assurance qualité en biotechnologie	2	0,7
Physique, Béton	2	0,7
Atelier urbanisme	2	0,7
Droit civil	2	0,7
Comptabilité et contrôle de gestion	2	0,7
Commerce	2	0,7
Dessin	2	0,7
Pharmacologie	2	0,7
Tous les modules	2	0,7
Sociologie des services	2	0,7
Droit des affaires	2	0,7
Management stratégique	2	0,7
Commerce international	2	0,7
Architecture	2	0,7
Finances publiques	1	0,3
Communication d'entreprises	1	0,3
Diagnostic des infections microbiennes	1	0,3
Thérapie cognitive comportementale	1	0,3
Chômage et emploi	1	0,3
Organisation du travail	1	0,3
Sécurité alimentaire	1	0,3

Sociologie des organisations + GRH	1	0,3
Économie du tourisme	1	0,3
Mathématique	1	0,3
Management de projet	1	0,3
Finance des entreprises	1	0,3
Chimie	1	0,3
sociolinguistique	1	0,3
Histoires/Géo	1	0,3
Finance internationale	1	0,3
Psychopathologie	1	0,3
Comptabilité	1	0,3
Mathématique et comptabilité	1	0,3
Droit pénal	1	0,3
Économie d'entreprise	1	0,3
Droit commercial	1	0,3
Administratif	1	0,3
Marché des capitaux	1	0,3
Évolution des actifs financiers	1	0,3
Analyse et évaluation des projets d'investissement	1	0,3
Comptabilité et marketing	1	0,3
Environnement des mines	1	0,3
Réseaux	1	0,3
Santé et aliments	1	0,3
N'est pas concernée	142	47,7
Total	280	94,0
Système manquant	18	6,0
Total	298	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Tableau 114. Les motivations de la femme entrepreneure

<i>Désignation</i>	Nombre	%
<i>L'envie de développer votre propre idée</i>		
<i>Oui</i>	14	3,0
<i>Non</i>	12	2,58
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Le goût du challenge (défi)</i>		
<i>Oui</i>	0	0
<i>Non</i>	26	5,59
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Être votre propre patron</i>		
<i>Oui</i>	3	0,6
<i>Non</i>	23	4,94
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Créer de l'emploi</i>		
<i>Oui</i>	0	0
<i>Non</i>	26	5,59
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Répondre aux besoins financiers de la famille</i>		
<i>Oui</i>	2	0,4
<i>Non</i>	24	5,16
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Poursuivre la même profession que vos parents</i>		
<i>Oui</i>	0	0
<i>Non</i>	26	5,59
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Fuir les problèmes sociaux culturels rencontrés</i>		
<i>Non</i>	0	0
<i>Oui</i>	26	5,59
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Vous faire connaître en tant que femme capable et responsable</i>		
<i>Oui</i>	4	0,9
<i>Non</i>	22	4,73

Annexe 4

<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Avoir votre autonomie financière</i>		
<i>Oui</i>	20	4,3
<i>Non</i>	6	1,3
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Le prestige associé au statut de l'entrepreneure</i>		
<i>Oui</i>	1	0,2
<i>Non</i>	25	5,37
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Le goût du travail</i>		
<i>Oui</i>	1	0,2
<i>Non</i>	25	5,37
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Tableau 115. Les valeurs phares

<i>Désignation</i>	<i>Nombre</i>	<i>%</i>
<i>La satisfaction des clients</i>		
<i>Oui</i>	20	4,3
<i>Non</i>	6	1,29
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>La qualité</i>		
<i>Oui</i>	5	1,1
<i>Non</i>	21	4,51
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>L'esprit d'équipe</i>		
<i>Oui</i>	0	0
<i>Non</i>	26	5,59
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>Vision à long terme</i>		
<i>Oui</i>	0	0
<i>Non</i>	26	5,59
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>La confiance</i>		
<i>Oui</i>	14	3,01
<i>Non</i>	12	2,6
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	365	100
<i>Sens des responsabilités</i>		
<i>Oui</i>	2	0,4
<i>Non</i>	24	5,16
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>Goût du travail</i>		
<i>Oui</i>	5	1,1
<i>Non</i>	21	4,51
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>Faire participer les employés à la gestion de l'entreprise</i>		
<i>Oui</i>	2	0,4
<i>Non</i>	24	5,16
<i>N'est pas concernée</i>	440	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>Maximisation du bénéfice</i>		
<i>Oui</i>	0	0
<i>Non</i>	26	5,59

| *Annexe 4*

<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Tableau 116. Les caractéristiques de l'entreprise « féminine »

<i>Désignation</i>	<i>Nombre</i>	<i>%</i>
<i>Secteur d'activité</i>		
<i>Artisanale</i>	17	3,7
<i>Service</i>	8	1,7
<i>Commerce</i>	1	,2
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Situation de l'entreprise</i>		
<i>Au niveau de la résidence</i>	14	3,0
<i>Elle se déplace à domicile pour offrir ses services</i>	1	,2
<i>Elle a loué au début puis elle a abandonné (rendu ADM)</i>	1	,2
<i>Local loué près de chez vous</i>	1	,2
<i>A domicile</i>	9	1,9
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>Le loyer</i>		
<i>Moins de 10000 DA</i>	1	,2
<i>N'est pas concernée</i>	464	99,8
<i>Total</i>	465	100,0
<i>L'effectif de l'entreprise</i>		
<i>Aucun employé (e)</i>	24	5,2
<i>1 à 9 salariés (es)</i>	2	,4
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>L'effectif de l'entreprise de sexe masculin</i>		
<i>Aucun employé</i>	25	5,4
<i>Quelques-uns</i>	1	,2
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>L'effectif de l'entreprise de sexe féminin</i>		
<i>Aucune employée</i>	24	5,2
<i>La totalité</i>	1	,2
<i>Quelques-unes</i>	1	,2
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100,0
<i>La structure du personnel de l'entreprise</i>		
<i>Aide familial</i>	2	,43
<i>N'est pas concernée</i>	463	99,56
<i>Total</i>	465	100,0

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Tableau 117. Les obstacles rencontrés selon les phases de création et développement de l'entreprise

<i>Désignation</i>	Nombre	%
<i>Les freins rencontrés dans la création de l'entreprise</i>		
<i>Oui</i>	8	1,7
<i>Non</i>	18	3,9
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	365	100
<i>Les principaux obstacles sont d'ordre:</i>		
<i>Le produit est rarissime (Importation de la méthode chinoise)</i>	1	0,2
<i>Du local</i>	2	0,4
<i>Familial</i>	1	0,2
<i>Financier</i>	4	0,9
<i>N'est pas concernée</i>	457	98,3
<i>Total</i>	465	100
<i>Freins rencontrés au niveau d'un établissement particulier</i>		
<i>Oui</i>	2	0,4
<i>Non</i>	24	5,2
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>Au niveau de :</i>		
<i>Établissement public et administrations</i>	1	0,2
<i>Établissement financier public</i>	1	0,2
<i>N'est pas concernée</i>	463	99,6
<i>Total</i>	465	100
<i>Les freins sont rencontrés:</i>		
<i>Même actuellement</i>	6	1,3
<i>Juste après la création</i>	1	0,2
<i>Avant la création de l'entreprise</i>	1	0,2
<i>Avant la création de l'entreprise, lors de sa création et de son développement</i>	1	0,2
<i>N'est pas concernée</i>	456	98,1
<i>Total</i>	465	100
<i>Obstacles rencontrés après la création de l'entreprise</i>		
<i>Oui</i>	9	1,9
<i>Non</i>	17	3,7
<i>N'est pas concernée</i>	439	94,4
<i>Total</i>	465	100
<i>Les principaux obstacles rencontrés sont d'ordre:</i>		
<i>De la commercialisation</i>	6	1,3
<i>Socioculturel</i>	2	0,4
<i>Financier</i>	1	0,2
<i>N'est pas concernée</i>	456	98,1
<i>Total</i>	465	100

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015)

Tableau 118. Tableau de Burt « FEP »

	Âge-1	Âge-2	Âge-3	Âge-4	E matri-1	E matri-2	E matri-3
Âge-1	278,00	0,00	0,00	0,00	7,00	173,00	74,00
Âge-2	0,00	149,00	0,00	0,00	21,00	65,00	23,00
Âge-3	0,00	0,00	9,00	0,00	2,00	3,00	1,00
Âge-4	0,00	0,00	0,00	3,00	0,00	3,00	0,00
E matri-1	7,00	21,00	2,00	0,00	30,00	0,00	0,00
E matri-2	173,00	65,00	3,00	3,00	0,00	244,00	0,00
E matri-3	74,00	23,00	1,00	0,00	0,00	0,00	98,00
E matri-4	24,00	38,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E matri-5	0,00	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00
N	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00	3,00	0,00
Instruction-2							
N	15,00	2,00	0,00	2,00	1,00	14,00	3,00
Instruction-3							
N	26,00	7,00	0,00	1,00	4,00	25,00	2,00
Instruction-4							
N	235,00	138,00	9,00	0,00	25,00	202,00	93,00
Instruction-5							
D création-1	215,00	105,00	7,00	3,00	20,00	187,00	72,00
D création-2	63,00	43,00	2,00	0,00	10,00	57,00	26,00
D création-3	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
S préféré-1	188,00	101,00	8,00	3,00	18,00	167,00	70,00
S préféré-2	89,00	47,00	1,00	0,00	12,00	76,00	27,00
S préféré-3	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
Idée-1	145,00	88,00	5,00	1,00	21,00	123,00	56,00
Idée-2	133,00	61,00	4,00	2,00	9,00	121,00	42,00
D							
démarches-1	10,00	5,00	0,00	0,00	2,00	7,00	1,00
D							
démarches-2	136,00	83,00	5,00	1,00	19,00	117,00	55,00
D							
démarches-3	132,00	61,00	4,00	2,00	9,00	120,00	42,00
Module-1	151,00	73,00	3,00	1,00	16,00	129,00	51,00
Module-2	127,00	76,00	6,00	2,00	14,00	115,00	47,00
FFMF-1	20,00	9,00	0,00	0,00	3,00	13,00	10,00
FFMF-2	43,00	32,00	3,00	0,00	7,00	42,00	16,00
FFMF-3	3,00	1,00	0,00	0,00	0,00	2,00	2,00
FFMF-4	82,00	41,00	3,00	1,00	7,00	73,00	21,00
FFMF-5	51,00	25,00	2,00	0,00	3,00	38,00	26,00
FFMF-6	75,00	41,00	1,00	2,00	10,00	74,00	21,00
FFMF-7	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
FFMF-8	3,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	1,00
B							
Formation-1	89,00	48,00	2,00	1,00	6,00	78,00	33,00
B							
Formation-2	186,00	101,00	7,00	2,00	24,00	165,00	65,00
B							
Formation-3	3,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00

Annexe 4

B Financier-1	125,00	68,00	2,00	1,00	12,00	106,00	43,00
B Financier-2	150,00	81,00	7,00	2,00	18,00	137,00	55,00
B Financier-3	3,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
B Conseils-1	141,00	73,00	5,00	2,00	13,00	120,00	55,00
B Conseils-2	134,00	76,00	4,00	1,00	17,00	123,00	43,00
B Conseils-3	3,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
Aide Fin-1	60,00	28,00	2,00	0,00	6,00	42,00	30,00
Aide Fin-2	79,00	55,00	3,00	1,00	13,00	75,00	27,00
Aide Fin-3	139,00	66,00	4,00	2,00	11,00	127,00	41,00
Aide Idée-1	64,00	33,00	3,00	0,00	9,00	44,00	34,00
Aide Idée-2	75,00	50,00	2,00	1,00	10,00	73,00	23,00
Aide Idée-3	139,00	66,00	4,00	2,00	11,00	127,00	41,00
Aide Psycho-1	89,00	47,00	2,00	1,00	6,00	69,00	43,00
Aide Psycho-2	50,00	36,00	3,00	0,00	13,00	48,00	14,00
Aide Psycho-3	139,00	66,00	4,00	2,00	11,00	127,00	41,00
Aide CS-1	30,00	14,00	2,00	0,00	4,00	24,00	15,00
Aide CS-2	109,00	69,00	3,00	1,00	15,00	93,00	42,00
Aide CS-3	139,00	66,00	4,00	2,00	11,00	127,00	41,00
PAE-1	83,00	31,00	3,00	0,00	2,00	61,00	37,00
PAE-2	47,00	39,00	2,00	1,00	14,00	46,00	12,00
PAE-3	145,00	77,00	4,00	2,00	14,00	135,00	48,00
PAE-4	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PAE-5	2,00	1,00	0,00	0,00	0,00	2,00	1,00

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

E matri-4	E matri-5	N Instruction-2	N Instruction-3	N Instruction-4	N Instruction-5	D création-1	D création-2
24,00	0,00	2,00	15,00	26,00	235,00	215,00	63,00
38,00	2,00	2,00	2,00	7,00	138,00	105,00	43,00
1,00	2,00	0,00	0,00	0,00	9,00	7,00	2,00
0,00	0,00	0,00	2,00	1,00	0,00	3,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	4,00	25,00	20,00	10,00
0,00	0,00	3,00	14,00	25,00	202,00	187,00	57,00
0,00	0,00	0,00	3,00	2,00	93,00	72,00	26,00
63,00	0,00	0,00	1,00	3,00	59,00	49,00	13,00
0,00	4,00	1,00	0,00	0,00	3,00	2,00	2,00
0,00	1,00	4,00	0,00	0,00	0,00	1,00	3,00
1,00	0,00	0,00	19,00	0,00	0,00	13,00	6,00
3,00	0,00	0,00	0,00	34,00	0,00	25,00	9,00
59,00	3,00	0,00	0,00	0,00	382,00	291,00	90,00
49,00	2,00	1,00	13,00	25,00	291,00	330,00	0,00

Annexe 4

13,00	2,00	3,00	6,00	9,00	90,00	0,00	108,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
42,00	3,00	1,00	13,00	19,00	267,00	284,00	16,00
21,00	1,00	3,00	6,00	15,00	113,00	46,00	90,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	0,00	2,00
37,00	2,00	1,00	10,00	12,00	216,00	226,00	12,00
26,00	2,00	3,00	9,00	22,00	166,00	104,00	96,00
4,00	1,00	0,00	1,00	1,00	13,00	12,00	2,00
33,00	1,00	1,00	9,00	12,00	203,00	214,00	11,00
26,00	2,00	3,00	9,00	21,00	166,00	104,00	95,00
30,00	2,00	0,00	5,00	17,00	206,00	198,00	30,00
33,00	2,00	4,00	14,00	17,00	176,00	132,00	78,00
3,00	0,00	0,00	2,00	1,00	26,00	26,00	3,00
11,00	2,00	1,00	0,00	6,00	71,00	55,00	23,00
0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	2,00	2,00	2,00
25,00	1,00	0,00	1,00	10,00	116,00	94,00	32,00
10,00	1,00	0,00	3,00	1,00	74,00	64,00	14,00
14,00	0,00	3,00	13,00	13,00	90,00	85,00	34,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	2,00	3,00	0,00
22,00	1,00	1,00	3,00	10,00	126,00	106,00	34,00
39,00	3,00	3,00	16,00	23,00	254,00	223,00	72,00
2,00	0,00	0,00	0,00	1,00	2,00	1,00	2,00
35,00	0,00	1,00	6,00	8,00	181,00	169,00	27,00
26,00	4,00	3,00	13,00	25,00	199,00	160,00	79,00
2,00	0,00	0,00	0,00	1,00	2,00	1,00	2,00
31,00	2,00	2,00	10,00	14,00	195,00	172,00	48,00
30,00	2,00	2,00	9,00	19,00	185,00	157,00	58,00
2,00	0,00	0,00	0,00	1,00	2,00	1,00	2,00
12,00	0,00	1,00	6,00	7,00	76,00	88,00	2,00
22,00	1,00	0,00	3,00	5,00	130,00	128,00	10,00
29,00	3,00	3,00	10,00	22,00	176,00	114,00	96,00
13,00	0,00	0,00	5,00	9,00	86,00	96,00	4,00
21,00	1,00	1,00	4,00	3,00	120,00	120,00	8,00
29,00	3,00	3,00	10,00	22,00	176,00	114,00	96,00
21,00	0,00	1,00	6,00	7,00	125,00	134,00	5,00
13,00	1,00	0,00	3,00	5,00	81,00	82,00	7,00
29,00	3,00	3,00	10,00	22,00	176,00	114,00	96,00
3,00	0,00	0,00	4,00	5,00	37,00	45,00	1,00
31,00	1,00	1,00	5,00	7,00	169,00	171,00	11,00
29,00	3,00	3,00	10,00	22,00	176,00	114,00	96,00
16,00	1,00	0,00	4,00	9,00	104,00	104,00	12,00
16,00	1,00	1,00	5,00	8,00	75,00	61,00	28,00
29,00	2,00	3,00	10,00	17,00	198,00	160,00	68,00
2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	2,00	0,00

Annexe 4

0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3,00	3,00	0,00
D création-3	S préféré-1	S préféré-2	S préféré-3	Idée-1	Idée-2	D démarches-1	D démarches-2	
0,00	188,00	89,00	1,00	145,00	133,00	10,00	136,00	
1,00	101,00	47,00	1,00	88,00	61,00	5,00	83,00	
0,00	8,00	1,00	0,00	5,00	4,00	0,00	5,00	
0,00	3,00	0,00	0,00	1,00	2,00	0,00	1,00	
0,00	18,00	12,00	0,00	21,00	9,00	2,00	19,00	
0,00	167,00	76,00	1,00	123,00	121,00	7,00	117,00	
0,00	70,00	27,00	1,00	56,00	42,00	1,00	55,00	
1,00	42,00	21,00	0,00	37,00	26,00	4,00	33,00	
0,00	3,00	1,00	0,00	2,00	2,00	1,00	1,00	
0,00	1,00	3,00	0,00	1,00	3,00	0,00	1,00	
0,00	13,00	6,00	0,00	10,00	9,00	1,00	9,00	
0,00	19,00	15,00	0,00	12,00	22,00	1,00	12,00	
1,00	267,00	113,00	2,00	216,00	166,00	13,00	203,00	
0,00	284,00	46,00	0,00	226,00	104,00	12,00	214,00	
0,00	16,00	90,00	2,00	12,00	96,00	2,00	11,00	
1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	
0,00	300,00	0,00	0,00	203,00	97,00	10,00	194,00	
1,00	0,00	137,00	0,00	36,00	101,00	5,00	31,00	
0,00	0,00	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00	0,00	
1,00	203,00	36,00	0,00	239,00	0,00	15,00	224,00	
0,00	97,00	101,00	2,00	0,00	200,00	0,00	1,00	
1,00	10,00	5,00	0,00	15,00	0,00	15,00	0,00	
0,00	194,00	31,00	0,00	224,00	1,00	0,00	225,00	
0,00	96,00	101,00	2,00	0,00	199,00	0,00	0,00	
0,00	184,00	43,00	1,00	155,00	73,00	11,00	144,00	
1,00	116,00	94,00	1,00	84,00	127,00	4,00	81,00	
0,00	26,00	3,00	0,00	22,00	7,00	1,00	21,00	
0,00	49,00	28,00	1,00	40,00	38,00	3,00	37,00	
0,00	1,00	3,00	0,00	0,00	4,00	0,00	0,00	
1,00	83,00	43,00	1,00	71,00	56,00	9,00	62,00	
0,00	59,00	19,00	0,00	38,00	40,00	0,00	38,00	
0,00	79,00	40,00	0,00	65,00	54,00	2,00	64,00	
0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	
0,00	2,00	1,00	0,00	2,00	1,00	0,00	2,00	
0,00	91,00	49,00	0,00	74,00	66,00	6,00	69,00	
1,00	208,00	86,00	2,00	165,00	131,00	9,00	156,00	
0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	
0,00	155,00	41,00	0,00	123,00	73,00	3,00	120,00	
1,00	144,00	94,00	2,00	116,00	124,00	12,00	105,00	
0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	
1,00	159,00	62,00	0,00	123,00	98,00	8,00	115,00	

Annexe 4

0,00	140,00	73,00	2,00	116,00	99,00	7,00	110,00
0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00
0,00	81,00	9,00	0,00	89,00	1,00	0,00	90,00
0,00	115,00	22,00	1,00	136,00	2,00	1,00	135,00
1,00	104,00	106,00	1,00	14,00	197,00	14,00	0,00
0,00	88,00	12,00	0,00	99,00	1,00	0,00	100,00
0,00	108,00	19,00	1,00	126,00	2,00	1,00	125,00
1,00	104,00	106,00	1,00	14,00	197,00	14,00	0,00
0,00	128,00	11,00	0,00	137,00	2,00	0,00	138,00
0,00	68,00	20,00	1,00	88,00	1,00	1,00	87,00
1,00	104,00	106,00	1,00	14,00	197,00	14,00	0,00
0,00	43,00	3,00	0,00	45,00	1,00	0,00	46,00
0,00	153,00	28,00	1,00	180,00	2,00	1,00	179,00
1,00	104,00	106,00	1,00	14,00	197,00	14,00	0,00
1,00	102,00	15,00	0,00	69,00	48,00	4,00	66,00
0,00	51,00	37,00	1,00	55,00	34,00	0,00	55,00
0,00	143,00	84,00	1,00	111,00	117,00	11,00	100,00
0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00
0,00	3,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	3,00

D démarches- 3	Module- 1	Module- 2	FFMF-1	FFMF-2	FFMF-3	FFMF-4	FFMF-5
132,00	151,00	127,00	20,00	43,00	3,00	82,00	51,00
61,00	73,00	76,00	9,00	32,00	1,00	41,00	25,00
4,00	3,00	6,00	0,00	3,00	0,00	3,00	2,00
2,00	1,00	2,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
9,00	16,00	14,00	3,00	7,00	0,00	7,00	3,00
120,00	129,00	115,00	13,00	42,00	2,00	73,00	38,00
42,00	51,00	47,00	10,00	16,00	2,00	21,00	26,00
26,00	30,00	33,00	3,00	11,00	0,00	25,00	10,00
2,00	2,00	2,00	0,00	2,00	0,00	1,00	1,00
3,00	0,00	4,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
9,00	5,00	14,00	2,00	0,00	0,00	1,00	3,00
21,00	17,00	17,00	1,00	6,00	2,00	10,00	1,00
166,00	206,00	176,00	26,00	71,00	2,00	116,00	74,00
104,00	198,00	132,00	26,00	55,00	2,00	94,00	64,00
95,00	30,00	78,00	3,00	23,00	2,00	32,00	14,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
96,00	184,00	116,00	26,00	49,00	1,00	83,00	59,00
101,00	43,00	94,00	3,00	28,00	3,00	43,00	19,00
2,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
0,00	155,00	84,00	22,00	40,00	0,00	71,00	38,00
199,00	73,00	127,00	7,00	38,00	4,00	56,00	40,00
0,00	11,00	4,00	1,00	3,00	0,00	9,00	0,00
0,00	144,00	81,00	21,00	37,00	0,00	62,00	38,00

Annexe 4

199,00	73,00	126,00	7,00	38,00	4,00	56,00	40,00
73,00	228,00	0,00	20,00	31,00	1,00	78,00	41,00
126,00	0,00	211,00	9,00	47,00	3,00	49,00	37,00
7,00	20,00	9,00	29,00	0,00	0,00	0,00	0,00
38,00	31,00	47,00	0,00	78,00	0,00	0,00	0,00
4,00	1,00	3,00	0,00	0,00	4,00	0,00	0,00
56,00	78,00	49,00	0,00	0,00	0,00	127,00	0,00
40,00	41,00	37,00	0,00	0,00	0,00	0,00	78,00
53,00	55,00	64,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,00	1,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
65,00	77,00	63,00	4,00	28,00	2,00	49,00	19,00
131,00	150,00	146,00	25,00	48,00	2,00	77,00	59,00
3,00	1,00	2,00	0,00	2,00	0,00	1,00	0,00
73,00	124,00	72,00	14,00	26,00	2,00	63,00	37,00
123,00	103,00	137,00	15,00	50,00	2,00	63,00	41,00
3,00	1,00	2,00	0,00	2,00	0,00	1,00	0,00
98,00	105,00	116,00	13,00	31,00	2,00	58,00	48,00
98,00	122,00	93,00	16,00	45,00	2,00	68,00	30,00
3,00	1,00	2,00	0,00	2,00	0,00	1,00	0,00
0,00	60,00	30,00	8,00	14,00	0,00	27,00	10,00
2,00	85,00	53,00	13,00	24,00	0,00	35,00	29,00
197,00	83,00	128,00	8,00	40,00	4,00	65,00	39,00
0,00	72,00	28,00	8,00	16,00	0,00	24,00	17,00
2,00	73,00	55,00	13,00	22,00	0,00	38,00	22,00
197,00	83,00	128,00	8,00	40,00	4,00	65,00	39,00
1,00	97,00	42,00	18,00	17,00	0,00	40,00	23,00
1,00	48,00	41,00	3,00	21,00	0,00	22,00	16,00
197,00	83,00	128,00	8,00	40,00	4,00	65,00	39,00
0,00	31,00	15,00	7,00	3,00	0,00	19,00	3,00
2,00	114,00	68,00	14,00	35,00	0,00	43,00	36,00
197,00	83,00	128,00	8,00	40,00	4,00	65,00	39,00
47,00	81,00	36,00	18,00	15,00	0,00	28,00	34,00
34,00	45,00	44,00	6,00	13,00	0,00	30,00	11,00
117,00	99,00	129,00	4,00	49,00	4,00	68,00	32,00
1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
0,00	2,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00

F FMF-6	FFMF-7	FFMF-8	B Formation-1	B Formation-2	B Formation-3	B Financier-1	B Financier-2
75,00	1,00	3,00	89,00	186,00	3,00	125,00	150,00
41,00	0,00	0,00	48,00	101,00	0,00	68,00	81,00
1,00	0,00	0,00	2,00	7,00	0,00	2,00	7,00
2,00	0,00	0,00	1,00	2,00	0,00	1,00	2,00
10,00	0,00	0,00	6,00	24,00	0,00	12,00	18,00

Annexe 4

74,00	0,00	2,00	78,00	165,00	1,00	106,00	137,00
21,00	1,00	1,00	33,00	65,00	0,00	43,00	55,00
14,00	0,00	0,00	22,00	39,00	2,00	35,00	26,00
0,00	0,00	0,00	1,00	3,00	0,00	0,00	4,00
3,00	0,00	0,00	1,00	3,00	0,00	1,00	3,00
13,00	0,00	0,00	3,00	16,00	0,00	6,00	13,00
13,00	0,00	1,00	10,00	23,00	1,00	8,00	25,00
90,00	1,00	2,00	126,00	254,00	2,00	181,00	199,00
85,00	1,00	3,00	106,00	223,00	1,00	169,00	160,00
34,00	0,00	0,00	34,00	72,00	2,00	27,00	79,00
0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
79,00	1,00	2,00	91,00	208,00	1,00	155,00	144,00
40,00	0,00	1,00	49,00	86,00	2,00	41,00	94,00
0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	2,00
65,00	1,00	2,00	74,00	165,00	0,00	123,00	116,00
54,00	0,00	1,00	66,00	131,00	3,00	73,00	124,00
2,00	0,00	0,00	6,00	9,00	0,00	3,00	12,00
64,00	1,00	2,00	69,00	156,00	0,00	120,00	105,00
53,00	0,00	1,00	65,00	131,00	3,00	73,00	123,00
55,00	1,00	1,00	77,00	150,00	1,00	124,00	103,00
64,00	0,00	2,00	63,00	146,00	2,00	72,00	137,00
0,00	0,00	0,00	4,00	25,00	0,00	14,00	15,00
0,00	0,00	0,00	28,00	48,00	2,00	26,00	50,00
0,00	0,00	0,00	2,00	2,00	0,00	2,00	2,00
0,00	0,00	0,00	49,00	77,00	1,00	63,00	63,00
0,00	0,00	0,00	19,00	59,00	0,00	37,00	41,00
119,00	0,00	0,00	36,00	83,00	0,00	53,00	66,00
0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	3,00	1,00	2,00	0,00	0,00	3,00
36,00	1,00	1,00	140,00	0,00	0,00	67,00	73,00
83,00	0,00	2,00	0,00	296,00	0,00	129,00	167,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00
53,00	1,00	0,00	67,00	129,00	0,00	196,00	0,00
66,00	0,00	3,00	73,00	167,00	0,00	0,00	240,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00
65,00	1,00	3,00	53,00	168,00	0,00	79,00	142,00
54,00	0,00	0,00	87,00	128,00	0,00	117,00	98,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00
29,00	1,00	1,00	26,00	64,00	0,00	45,00	45,00
36,00	0,00	1,00	44,00	94,00	0,00	75,00	63,00
54,00	0,00	1,00	70,00	138,00	3,00	76,00	132,00
33,00	1,00	1,00	32,00	68,00	0,00	55,00	45,00
32,00	0,00	1,00	38,00	90,00	0,00	65,00	63,00
54,00	0,00	1,00	70,00	138,00	3,00	76,00	132,00
39,00	0,00	2,00	37,00	102,00	0,00	78,00	61,00
26,00	1,00	0,00	33,00	56,00	0,00	42,00	47,00

Annexe 4

54,00	0,00	1,00	70,00	138,00	3,00	76,00	132,00
13,00	0,00	1,00	14,00	32,00	0,00	20,00	26,00
52,00	1,00	1,00	56,00	126,00	0,00	100,00	82,00
54,00	0,00	1,00	70,00	138,00	3,00	76,00	132,00
21,00	0,00	1,00	38,00	79,00	0,00	68,00	49,00
27,00	1,00	1,00	29,00	60,00	0,00	38,00	51,00
70,00	0,00	1,00	71,00	154,00	3,00	86,00	139,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00
1,00	0,00	0,00	1,00	2,00	0,00	3,00	0,00

B Financier-3	B Conseils-1	B Conseils-2	B Conseils-3	Aide Fin-1	Aide Fin-2	Aide Fin-3	Aide Idée-1
3,00	141,00	134,00	3,00	60,00	79,00	139,00	64,00
0,00	73,00	76,00	0,00	28,00	55,00	66,00	33,00
0,00	5,00	4,00	0,00	2,00	3,00	4,00	3,00
0,00	2,00	1,00	0,00	0,00	1,00	2,00	0,00
0,00	13,00	17,00	0,00	6,00	13,00	11,00	9,00
1,00	120,00	123,00	1,00	42,00	75,00	127,00	44,00
0,00	55,00	43,00	0,00	30,00	27,00	41,00	34,00
2,00	31,00	30,00	2,00	12,00	22,00	29,00	13,00
0,00	2,00	2,00	0,00	0,00	1,00	3,00	0,00
0,00	2,00	2,00	0,00	1,00	0,00	3,00	0,00
0,00	10,00	9,00	0,00	6,00	3,00	10,00	5,00
1,00	14,00	19,00	1,00	7,00	5,00	22,00	9,00
2,00	195,00	185,00	2,00	76,00	130,00	176,00	86,00
1,00	172,00	157,00	1,00	88,00	128,00	114,00	96,00
2,00	48,00	58,00	2,00	2,00	10,00	96,00	4,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	159,00	140,00	1,00	81,00	115,00	104,00	88,00
2,00	62,00	73,00	2,00	9,00	22,00	106,00	12,00
0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
0,00	123,00	116,00	0,00	89,00	136,00	14,00	99,00
3,00	98,00	99,00	3,00	1,00	2,00	197,00	1,00
0,00	8,00	7,00	0,00	0,00	1,00	14,00	0,00
0,00	115,00	110,00	0,00	90,00	135,00	0,00	100,00
3,00	98,00	98,00	3,00	0,00	2,00	197,00	0,00
1,00	105,00	122,00	1,00	60,00	85,00	83,00	72,00
2,00	116,00	93,00	2,00	30,00	53,00	128,00	28,00
0,00	13,00	16,00	0,00	8,00	13,00	8,00	8,00
2,00	31,00	45,00	2,00	14,00	24,00	40,00	16,00
0,00	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00	4,00	0,00
1,00	58,00	68,00	1,00	27,00	35,00	65,00	24,00
0,00	48,00	30,00	0,00	10,00	29,00	39,00	17,00
0,00	65,00	54,00	0,00	29,00	36,00	54,00	33,00
0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00

Annexe 4

0,00	3,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
0,00	53,00	87,00	0,00	26,00	44,00	70,00	32,00
0,00	168,00	128,00	0,00	64,00	94,00	138,00	68,00
3,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	3,00	0,00
0,00	79,00	117,00	0,00	45,00	75,00	76,00	55,00
0,00	142,00	98,00	0,00	45,00	63,00	132,00	45,00
3,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	3,00	0,00
0,00	221,00	0,00	0,00	60,00	56,00	105,00	58,00
0,00	0,00	215,00	0,00	30,00	82,00	103,00	42,00
3,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	3,00	0,00
0,00	60,00	30,00	0,00	90,00	0,00	0,00	66,00
0,00	56,00	82,00	0,00	0,00	138,00	0,00	34,00
3,00	105,00	103,00	3,00	0,00	0,00	211,00	0,00
0,00	58,00	42,00	0,00	66,00	34,00	0,00	100,00
0,00	58,00	70,00	0,00	24,00	104,00	0,00	0,00
3,00	105,00	103,00	3,00	0,00	0,00	211,00	0,00
0,00	74,00	65,00	0,00	73,00	66,00	0,00	73,00
0,00	42,00	47,00	0,00	17,00	72,00	0,00	27,00
3,00	105,00	103,00	3,00	0,00	0,00	211,00	0,00
0,00	28,00	18,00	0,00	38,00	8,00	0,00	38,00
0,00	88,00	94,00	0,00	52,00	130,00	0,00	62,00
3,00	105,00	103,00	3,00	0,00	0,00	211,00	0,00
0,00	58,00	59,00	0,00	33,00	34,00	50,00	35,00
0,00	38,00	51,00	0,00	23,00	33,00	33,00	24,00
3,00	124,00	101,00	3,00	33,00	68,00	127,00	39,00
0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
0,00	1,00	2,00	0,00	1,00	2,00	0,00	1,00

Aide Idée-2	Aide Idée-3	Aide Psycho-1	Aide Psycho-2	Aide Psycho-3	Aide CS-1	Aide CS-2	Aide CS-3
75,00	139,00	89,00	50,00	139,00	30,00	109,00	139,00
50,00	66,00	47,00	36,00	66,00	14,00	69,00	66,00
2,00	4,00	2,00	3,00	4,00	2,00	3,00	4,00
1,00	2,00	1,00	0,00	2,00	0,00	1,00	2,00
10,00	11,00	6,00	13,00	11,00	4,00	15,00	11,00
73,00	127,00	69,00	48,00	127,00	24,00	93,00	127,00
23,00	41,00	43,00	14,00	41,00	15,00	42,00	41,00
21,00	29,00	21,00	13,00	29,00	3,00	31,00	29,00
1,00	3,00	0,00	1,00	3,00	0,00	1,00	3,00
1,00	3,00	1,00	0,00	3,00	0,00	1,00	3,00
4,00	10,00	6,00	3,00	10,00	4,00	5,00	10,00
3,00	22,00	7,00	5,00	22,00	5,00	7,00	22,00
120,00	176,00	125,00	81,00	176,00	37,00	169,00	176,00
120,00	114,00	134,00	82,00	114,00	45,00	171,00	114,00
8,00	96,00	5,00	7,00	96,00	1,00	11,00	96,00

Annexe 4

0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
108,00	104,00	128,00	68,00	104,00	43,00	153,00	104,00
19,00	106,00	11,00	20,00	106,00	3,00	28,00	106,00
1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00
126,00	14,00	137,00	88,00	14,00	45,00	180,00	14,00
2,00	197,00	2,00	1,00	197,00	1,00	2,00	197,00
1,00	14,00	0,00	1,00	14,00	0,00	1,00	14,00
125,00	0,00	138,00	87,00	0,00	46,00	179,00	0,00
2,00	197,00	1,00	1,00	197,00	0,00	2,00	197,00
73,00	83,00	97,00	48,00	83,00	31,00	114,00	83,00
55,00	128,00	42,00	41,00	128,00	15,00	68,00	128,00
13,00	8,00	18,00	3,00	8,00	7,00	14,00	8,00
22,00	40,00	17,00	21,00	40,00	3,00	35,00	40,00
0,00	4,00	0,00	0,00	4,00	0,00	0,00	4,00
38,00	65,00	40,00	22,00	65,00	19,00	43,00	65,00
22,00	39,00	23,00	16,00	39,00	3,00	36,00	39,00
32,00	54,00	39,00	26,00	54,00	13,00	52,00	54,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	1,00	2,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00
38,00	70,00	37,00	33,00	70,00	14,00	56,00	70,00
90,00	138,00	102,00	56,00	138,00	32,00	126,00	138,00
0,00	3,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	3,00
65,00	76,00	78,00	42,00	76,00	20,00	100,00	76,00
63,00	132,00	61,00	47,00	132,00	26,00	82,00	132,00
0,00	3,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	3,00
58,00	105,00	74,00	42,00	105,00	28,00	88,00	105,00
70,00	103,00	65,00	47,00	103,00	18,00	94,00	103,00
0,00	3,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	3,00
24,00	0,00	73,00	17,00	0,00	38,00	52,00	0,00
104,00	0,00	66,00	72,00	0,00	8,00	130,00	0,00
0,00	211,00	0,00	0,00	211,00	0,00	0,00	211,00
0,00	0,00	73,00	27,00	0,00	38,00	62,00	0,00
128,00	0,00	66,00	62,00	0,00	8,00	120,00	0,00
0,00	211,00	0,00	0,00	211,00	0,00	0,00	211,00
66,00	0,00	139,00	0,00	0,00	41,00	98,00	0,00
62,00	0,00	0,00	89,00	0,00	5,00	84,00	0,00
0,00	211,00	0,00	0,00	211,00	0,00	0,00	211,00
8,00	0,00	41,00	5,00	0,00	46,00	0,00	0,00
120,00	0,00	98,00	84,00	0,00	0,00	182,00	0,00
0,00	211,00	0,00	0,00	211,00	0,00	0,00	211,00
32,00	50,00	53,00	14,00	50,00	20,00	47,00	50,00
32,00	33,00	28,00	28,00	33,00	12,00	44,00	33,00
62,00	127,00	56,00	45,00	127,00	13,00	88,00	127,00
0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00
2,00	0,00	2,00	1,00	0,00	1,00	2,00	0,00

Annexe 4

PAE-1	PAE-2	PAE-3	PAE-4	PAE-5
83,00	47,00	145,00	1,00	2,00
31,00	39,00	77,00	1,00	1,00
3,00	2,00	4,00	0,00	0,00
0,00	1,00	2,00	0,00	0,00
2,00	14,00	14,00	0,00	0,00
61,00	46,00	135,00	0,00	2,00
37,00	12,00	48,00	0,00	1,00
16,00	16,00	29,00	2,00	0,00
1,00	1,00	2,00	0,00	0,00
0,00	1,00	3,00	0,00	0,00
4,00	5,00	10,00	0,00	0,00
9,00	8,00	17,00	0,00	0,00
104,00	75,00	198,00	2,00	3,00
104,00	61,00	160,00	2,00	3,00
12,00	28,00	68,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
102,00	51,00	143,00	1,00	3,00
15,00	37,00	84,00	1,00	0,00
0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
69,00	55,00	111,00	1,00	3,00
48,00	34,00	117,00	1,00	0,00
4,00	0,00	11,00	0,00	0,00
66,00	55,00	100,00	1,00	3,00
47,00	34,00	117,00	1,00	0,00
81,00	45,00	99,00	1,00	2,00
36,00	44,00	129,00	1,00	1,00
18,00	6,00	4,00	0,00	1,00
15,00	13,00	49,00	1,00	0,00
0,00	0,00	4,00	0,00	0,00
28,00	30,00	68,00	0,00	1,00
34,00	11,00	32,00	1,00	0,00
21,00	27,00	70,00	0,00	1,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
1,00	1,00	1,00	0,00	0,00
38,00	29,00	71,00	1,00	1,00
79,00	60,00	154,00	1,00	2,00
0,00	0,00	3,00	0,00	0,00
68,00	38,00	86,00	1,00	3,00
49,00	51,00	139,00	1,00	0,00
0,00	0,00	3,00	0,00	0,00
58,00	38,00	124,00	0,00	1,00
59,00	51,00	101,00	2,00	2,00
0,00	0,00	3,00	0,00	0,00
33,00	23,00	33,00	0,00	1,00

34,00	33,00	68,00	1,00	2,00
50,00	33,00	127,00	1,00	0,00
35,00	24,00	39,00	1,00	1,00
32,00	32,00	62,00	0,00	2,00
50,00	33,00	127,00	1,00	0,00
53,00	28,00	56,00	0,00	2,00
14,00	28,00	45,00	1,00	1,00
50,00	33,00	127,00	1,00	0,00
20,00	12,00	13,00	0,00	1,00
47,00	44,00	88,00	1,00	2,00
50,00	33,00	127,00	1,00	0,00
117,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	89,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	228,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	2,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	3,00

Tableau 84. Les valeurs propres « FEP »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
Valeur propre	0,391	0,177	0,140	0,107	0,094	0,089	0,086
Variabilité (%)	15,478	7,004	5,542	4,226	3,725	3,499	3,399
% cumulé	15,478	22,481	28,023	32,249	35,974	39,473	42,871

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15
0,079	0,077	0,073	0,070	0,067	0,065	0,064	0,064
3,136	3,039	2,893	2,776	2,668	2,562	2,538	2,511
46,007	49,046	51,939	54,715	57,383	59,946	62,483	64,995

F16	F17	F18	F19	F20	F21	F22	F23
0,061	0,059	0,058	0,057	0,053	0,052	0,050	0,048
2,397	2,345	2,310	2,247	2,098	2,069	1,972	1,900
67,392	69,737	72,047	74,294	76,392	78,461	80,433	82,333

F24	F25	F26	F27	F28	F29	F30	F31
0,046	0,044	0,042	0,041	0,038	0,036	0,034	0,033
1,833	1,735	1,672	1,614	1,520	1,423	1,364	1,319
84,167	85,901	87,574	89,187	90,707	92,130	93,494	94,813

F32	F33	F34	F35	F36	F37	F38
0,031	0,028	0,027	0,025	0,017	0,002	0,000

1,231	1,121	1,073	1,004	0,684	0,065	0,009
96,044	97,165	98,238	99,242	99,926	99,991	100,000

Tableau 119. Coordonnées principales (Variables) « FEP »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
Âge-1	0,040	0,041	0,209	-0,132	0,327	0,001	-0,027
Âge-2	-0,078	-0,063	-0,383	0,176	-0,563	-0,182	0,099
Âge-3	-0,070	-0,126	-0,191	0,758	-2,024	2,858	0,752
Âge-4	0,365	-0,302	0,160	1,228	3,714	0,363	-4,644
E matri-1	-0,230	-0,057	-0,725	1,090	-0,890	-0,467	0,020
E matri-2	0,083	-0,061	-0,012	-0,023	0,366	-0,038	-0,293
E matri-3	-0,135	-0,111	0,505	-0,114	0,112	0,243	0,825
E matri-4	-0,039	0,454	-0,330	-0,317	-0,935	-0,328	-0,170
E matri-5	0,575	-0,301	-1,035	1,009	-3,684	5,067	0,195
N Instruction-2	0,898	-0,341	-0,664	2,470	-0,602	2,042	0,463
N Instruction-3	0,130	-0,241	0,554	1,225	1,675	0,334	-1,522
N Instruction-4	0,443	0,286	0,391	0,659	0,475	-0,722	-0,782
N Instruction-5	-0,055	-0,010	-0,055	-0,145	-0,119	0,026	0,140
D création-1	-0,342	0,008	0,098	-0,198	0,053	0,077	-0,117
D création-2	1,037	-0,021	-0,298	0,615	-0,093	-0,250	0,431
D création-3	0,804	-0,256	-0,171	-1,099	-7,620	1,553	-7,933
S préféré-1	-0,355	0,004	0,160	-0,242	0,047	0,167	-0,099
S préféré-2	0,769	-0,006	-0,326	0,520	-0,104	-0,354	0,183
S préféré-3	0,615	-0,183	-1,651	0,676	0,003	-0,779	2,313
Idée-1	-0,858	0,072	-0,065	0,070	-0,106	0,027	-0,147
Idée-2	1,026	-0,086	0,078	-0,084	0,127	-0,032	0,176
D démarches-1	0,471	-0,188	-0,077	-0,750	-2,243	0,601	-3,152
D démarches-2	-0,945	0,089	-0,055	0,133	0,038	-0,017	0,053
D démarches-3	1,033	-0,086	0,068	-0,094	0,126	-0,026	0,177
Module-1	-0,327	0,016	0,196	-0,369	-0,104	-0,182	-0,094
Module-2	0,353	-0,018	-0,212	0,399	0,113	0,197	0,102
FFMF-1	-0,587	-0,056	0,633	-0,561	0,106	0,141	0,157
FFMF-2	0,145	0,321	-0,439	0,210	-0,373	0,228	0,395
FFMF-3	1,319	-0,332	0,211	0,251	1,100	-1,063	0,511
FFMF-4	0,038	0,029	0,048	-0,222	-0,475	-0,472	-0,425
FFMF-5	0,000	-0,151	0,038	-0,636	0,250	0,761	0,671
FFMF-6	-0,019	-0,116	0,012	0,609	0,504	-0,149	-0,316
FFMF-7	-1,266	0,097	0,903	0,616	-0,603	-2,077	2,830
FFMF-8	-0,293	-0,075	1,217	1,209	0,999	0,914	-0,331
B Formation-1	0,037	-0,072	-0,102	-0,199	-0,161	-0,535	0,049

B Formation-2	-0,039	-0,086	0,043	0,094	0,074	0,249	-0,023
B Formation-3	2,099	11,805	0,549	-0,014	0,249	0,376	-0,020
B Financier-1	-0,270	-0,030	0,053	-0,488	0,039	-0,350	0,102
B Financier-2	0,194	-0,123	-0,050	0,399	-0,035	0,281	-0,083
B Financier-3	2,099	11,805	0,549	-0,014	0,249	0,376	-0,020
B Conseils-1	-0,023	-0,098	0,225	0,206	0,042	0,454	-0,069
B Conseils-2	-0,006	-0,064	-0,239	-0,212	-0,047	-0,472	0,072
B Conseils-3	2,099	11,805	0,549	-0,014	0,249	0,376	-0,020
Aide Fin-1	-0,973	0,060	1,144	0,657	-0,277	-0,144	0,141
Aide Fin-2	-0,913	0,106	-0,864	-0,217	0,246	0,076	0,007
Aide Fin-3	1,012	-0,095	0,077	-0,138	-0,043	0,012	-0,065
Aide Idée-1	-0,973	0,068	0,918	0,509	-0,289	-0,235	0,269
Aide Idée-2	-0,909	0,103	-0,844	-0,169	0,297	0,165	-0,103
Aide Idée-3	1,012	-0,095	0,077	-0,138	-0,043	0,012	-0,065
Aide Psycho-1	-0,976	0,070	0,598	0,081	0,000	-0,024	0,072
Aide Psycho-2	-0,876	0,115	-1,116	0,202	0,102	0,010	0,042
Aide Psycho-3	1,012	-0,095	0,077	-0,138	-0,043	0,012	-0,065
Aide CS-1	-0,989	0,023	1,743	0,861	-0,463	-0,335	0,003
Aide CS-2	-0,923	0,104	-0,530	-0,057	0,167	0,071	0,075
Aide CS-3	1,012	-0,095	0,077	-0,138	-0,043	0,012	-0,065
PAE-1	-0,234	-0,099	0,638	-0,774	-0,061	0,238	0,144
PAE-2	-0,181	-0,060	-0,336	0,671	-0,235	-0,661	0,164
PAE-3	0,207	0,071	-0,189	0,158	0,131	0,160	-0,153
PAE-4	0,018	0,152	-1,129	-1,288	-1,950	-1,180	1,643
PAE-5	-1,216	0,102	0,225	-0,856	0,698	-1,007	0,032

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15
0,087	-0,300	0,090	-0,062	-0,144	0,084	0,002	0,107
-0,358	0,442	-0,073	0,008	0,332	-0,192	0,067	-0,175
2,955	0,805	-0,694	1,473	-0,425	-0,235	-0,674	-0,259
0,859	3,403	-2,653	0,957	-1,915	2,510	-1,494	-0,456
0,063	0,904	0,649	1,660	-0,029	-0,628	1,004	-0,766
0,283	-0,094	0,028	-0,049	0,106	-0,132	-0,187	0,028
-0,362	-0,428	0,219	-0,183	-0,522	0,381	0,325	-0,188
-0,893	0,534	-0,720	-0,216	0,447	0,189	-0,304	0,448
5,226	1,048	-0,603	-1,564	-0,498	0,446	0,732	1,598
2,620	1,080	-0,450	-5,647	1,263	-0,402	1,806	2,923
-0,307	1,619	-0,531	-0,284	-1,428	1,373	0,033	-0,348
0,825	-0,541	0,202	1,324	1,144	0,345	0,617	0,644

Annexe 4

-0,086	-0,044	0,013	-0,045	-0,044	-0,095	-0,075	-0,071
0,060	-0,005	-0,131	0,115	0,073	-0,023	0,001	-0,025
-0,117	0,030	0,376	-0,335	-0,200	0,041	-0,026	0,047
-7,203	-1,744	2,532	-1,769	-2,348	3,304	2,542	3,328
0,089	0,091	-0,116	0,105	0,048	-0,065	-0,008	-0,100
-0,200	-0,190	0,195	-0,233	-0,058	0,097	0,114	0,264
0,426	-0,588	4,070	0,186	-3,226	3,031	-6,653	-3,138
-0,033	-0,095	0,037	-0,050	-0,031	0,039	0,056	-0,014
0,039	0,113	-0,044	0,060	0,037	-0,046	-0,067	0,017
-0,333	-1,142	0,652	-0,211	-0,931	0,666	0,944	-0,604
-0,007	-0,027	-0,004	-0,039	0,035	0,003	-0,003	0,028
0,033	0,116	-0,045	0,059	0,031	-0,053	-0,068	0,014
0,224	0,005	0,059	0,104	-0,086	-0,131	0,023	-0,031
-0,242	-0,006	-0,063	-0,113	0,093	0,142	-0,024	0,034
-0,102	1,180	2,020	0,051	-0,061	0,902	0,924	0,200
0,330	-0,386	-0,128	0,125	0,307	0,770	-0,070	-0,773
0,538	-2,759	0,148	0,870	2,785	0,893	4,425	-0,213
0,181	-0,262	0,144	-0,138	-0,181	-0,445	-0,640	0,122
-0,512	0,213	-0,351	0,411	-0,143	-0,116	0,026	0,340
-0,064	0,305	-0,327	-0,321	0,053	-0,213	0,352	-0,081
0,326	-3,666	-5,367	2,139	-12,112	-1,762	5,856	3,969
-0,261	-2,990	1,393	2,274	2,240	0,981	-2,524	6,299
0,362	-0,425	-0,436	-0,206	-0,181	0,260	0,029	0,088
-0,172	0,198	0,204	0,097	0,090	-0,121	-0,016	-0,042
0,066	0,347	0,216	0,022	-0,413	-0,173	0,185	0,101
0,094	0,282	-0,219	-0,183	0,011	-0,229	0,160	-0,020
-0,078	-0,234	0,176	0,149	-0,004	0,189	-0,133	0,015
0,066	0,347	0,216	0,022	-0,413	-0,173	0,185	0,101
-0,395	-0,165	-0,112	0,109	-0,001	-0,328	-0,023	0,065
0,405	0,165	0,112	-0,113	0,007	0,339	0,021	-0,068
0,066	0,347	0,216	0,022	-0,413	-0,173	0,185	0,101
-0,049	-0,102	-0,219	-0,147	-0,030	-0,044	-0,080	-0,104
0,012	0,005	0,168	0,034	0,042	0,073	0,008	0,097
0,013	0,040	-0,017	0,040	-0,014	-0,029	0,029	-0,019
0,000	-0,090	-0,364	0,105	-0,026	0,105	0,095	-0,198
-0,021	0,005	0,312	-0,149	0,044	-0,034	-0,122	0,186
0,013	0,040	-0,017	0,040	-0,014	-0,029	0,029	-0,019
-0,076	0,116	0,172	-0,337	0,246	0,025	-0,152	0,035
0,088	-0,277	-0,229	0,430	-0,349	0,029	0,169	-0,010
0,013	0,040	-0,017	0,040	-0,014	-0,029	0,029	-0,019
0,258	0,098	0,254	0,022	0,162	0,112	-0,405	-0,136
-0,080	-0,071	-0,045	-0,053	-0,024	0,005	0,069	0,056
0,013	0,040	-0,017	0,040	-0,014	-0,029	0,029	-0,019
0,047	0,269	0,231	0,138	0,001	0,312	0,153	0,297
0,121	0,526	0,145	0,411	-0,511	-0,170	-0,206	0,735
-0,068	-0,368	-0,158	-0,201	0,169	-0,152	-0,012	-0,435

Annexe 4

-1,862	1,345	-5,542	1,021	3,011	7,586	-0,935	1,176
0,951	1,015	2,396	-2,963	0,282	-0,608	1,738	-1,074

F16	F17	F18	F19	F20	F21	F22	F23
-0,119	-0,072	-0,156	0,223	-0,075	0,068	-0,112	-0,069
0,014	0,138	0,333	-0,391	0,105	-0,155	0,251	0,171
2,301	-0,602	-1,270	0,649	0,843	0,893	-1,801	0,350
3,448	1,602	1,768	-3,172	-0,797	-1,292	3,355	-3,196
-0,413	-0,285	-0,330	-0,216	-0,080	-1,039	-0,041	-0,417
-0,216	-0,093	0,000	0,146	0,077	0,271	0,094	-0,037
0,370	0,176	-0,087	-0,287	-0,030	-0,497	0,029	-0,088
0,403	0,159	0,274	-0,046	-0,166	0,295	-0,398	0,455
0,864	0,976	0,270	0,442	-0,728	-1,197	0,139	0,344
-2,830	1,866	1,921	0,233	-0,582	-0,904	1,588	-0,751
0,367	-0,020	-0,809	0,004	-0,085	-0,296	-0,737	0,155
-0,047	0,635	0,424	0,464	0,439	0,261	0,623	0,062
0,016	-0,075	-0,018	-0,044	-0,029	0,001	-0,035	-0,005
-0,024	-0,041	0,099	-0,029	-0,007	0,017	-0,009	0,038
0,061	0,106	-0,299	0,066	-0,065	-0,083	0,026	-0,081
1,316	2,272	-0,390	2,299	9,524	3,505	0,168	-3,656
-0,017	-0,018	0,161	-0,084	0,012	0,004	-0,022	0,081
0,044	-0,040	-0,445	0,132	-0,067	0,027	0,065	-0,221
-0,402	5,450	6,298	3,515	2,723	-2,498	-1,178	3,069
-0,016	-0,002	-0,062	0,013	-0,042	-0,039	0,001	-0,026
0,020	0,002	0,074	-0,016	0,050	0,047	-0,001	0,031
-0,729	-0,132	-0,132	0,186	-0,529	-1,134	-0,257	0,145
0,029	0,009	-0,061	0,003	0,000	0,038	0,023	-0,030
0,022	0,000	0,079	-0,017	0,040	0,043	-0,006	0,023
-0,202	0,140	0,014	0,098	-0,164	-0,247	0,084	0,021
0,219	-0,151	-0,016	-0,106	0,177	0,267	-0,091	-0,023
-0,023	-0,585	0,405	-0,497	-1,218	0,849	-0,205	0,768
-0,526	-0,263	0,408	-0,582	0,252	0,565	0,010	-0,716
5,217	3,962	0,854	0,901	-1,213	0,073	-1,065	0,464
0,473	0,091	-0,152	0,152	-0,406	0,062	0,130	-0,184
-0,021	0,246	-0,494	0,365	0,292	-0,463	0,780	-0,172
-0,306	0,005	-0,031	0,157	0,407	-0,251	-0,452	0,621
-1,005	-0,954	8,688	-0,449	-2,621	3,950	-2,054	-1,524
-0,065	-2,892	1,941	-3,291	1,185	-4,947	-4,025	-1,279
0,128	-0,196	-0,234	-0,550	0,194	-0,116	0,318	0,564
-0,061	0,092	0,112	0,260	-0,093	0,058	-0,152	-0,269
0,001	0,078	-0,145	0,027	0,086	-0,365	0,147	0,205
0,076	0,078	0,046	0,046	0,176	-0,059	-0,358	-0,315
-0,062	-0,065	-0,036	-0,038	-0,145	0,053	0,290	0,255
0,001	0,078	-0,145	0,027	0,086	-0,365	0,147	0,205
0,057	-0,063	0,180	0,019	-0,121	0,068	0,133	0,149

Annexe 4

-0,059	0,064	-0,183	-0,020	0,123	-0,064	-0,139	-0,156
0,001	0,078	-0,145	0,027	0,086	-0,365	0,147	0,205
-0,078	0,056	0,096	0,027	0,027	0,189	0,032	-0,075
0,094	0,018	-0,123	0,009	0,003	-0,088	0,007	0,039
-0,028	-0,036	0,040	-0,018	-0,014	-0,023	-0,018	0,007
-0,144	0,032	-0,093	0,218	0,184	-0,137	0,030	-0,100
0,159	0,034	0,007	-0,141	-0,121	0,146	0,007	0,067
-0,028	-0,036	0,040	-0,018	-0,014	-0,023	-0,018	0,007
0,091	0,169	-0,039	-0,191	-0,110	-0,035	-0,043	-0,196
-0,075	-0,179	-0,034	0,339	0,205	0,110	0,111	0,291
-0,028	-0,036	0,040	-0,018	-0,014	-0,023	-0,018	0,007
0,280	-0,279	-0,238	0,104	0,037	0,118	0,211	0,264
-0,038	0,112	0,014	-0,006	0,007	-0,003	-0,032	-0,074
-0,028	-0,036	0,040	-0,018	-0,014	-0,023	-0,018	0,007
-0,204	0,209	-0,195	-0,145	0,440	0,204	0,110	0,195
0,006	0,037	0,075	0,029	-0,080	0,168	0,121	-0,083
0,056	-0,003	0,015	-0,037	-0,191	-0,131	-0,142	-0,058
-1,260	-2,964	0,565	6,338	-4,600	-1,706	0,134	-0,408
4,340	-7,058	3,861	3,350	2,781	-1,824	2,794	-0,426

F24	F25	F26	F27	F28	F29	F30	F31
0,029	-0,026	0,192	-0,164	0,017	0,127	-0,018	-0,067
-0,167	0,103	-0,274	0,345	-0,037	-0,342	0,016	0,139
1,056	-0,491	-0,896	-0,095	-0,304	1,414	-0,290	-0,484
2,390	-1,232	-1,491	-1,631	1,172	0,993	1,722	0,720
-0,151	-1,109	0,268	-0,024	0,145	0,801	-0,726	-0,064
-0,276	0,044	-0,349	0,072	-0,009	0,046	0,096	0,110
0,484	-0,186	0,404	-0,236	-0,247	-0,513	-0,019	0,046
0,375	0,520	0,595	0,088	0,317	0,376	-0,064	-0,539
0,221	1,970	0,000	0,189	0,503	-2,191	1,062	1,118
-1,094	-3,127	1,439	-0,277	0,419	1,164	-0,714	-1,699
-1,260	0,664	0,465	0,862	0,613	-0,455	-1,086	-0,700
1,175	0,256	0,778	0,678	-0,013	0,031	0,130	0,112
-0,030	-0,023	-0,107	-0,100	-0,034	0,008	0,050	0,043
-0,074	-0,058	0,113	-0,047	-0,096	-0,018	0,019	-0,049
0,222	0,220	-0,302	0,163	0,316	0,075	-0,057	0,187
0,277	-4,507	-4,721	-1,943	-2,434	-2,039	-0,236	-3,910
-0,060	-0,072	0,089	-0,025	-0,160	-0,082	-0,034	-0,041
0,145	0,173	-0,197	0,051	0,337	0,141	0,065	0,084
-0,954	-0,983	0,078	0,201	0,879	2,556	0,620	0,494
-0,021	0,053	0,010	0,021	0,012	0,044	0,036	0,065
0,025	-0,063	-0,012	-0,026	-0,014	-0,052	-0,043	-0,078
-0,483	0,888	0,747	0,004	-0,244	0,857	0,622	1,221
0,016	-0,004	-0,038	0,031	0,027	-0,008	-0,003	-0,005
0,018	-0,063	-0,014	-0,035	-0,012	-0,056	-0,043	-0,087

Annexe 4

0,120	0,206	-0,299	-0,146	0,128	-0,104	-0,179	-0,265
-0,130	-0,223	0,323	0,157	-0,139	0,113	0,193	0,287
0,078	-0,416	-0,343	0,024	0,331	0,286	1,083	-0,521
-0,166	0,419	0,118	-0,341	0,240	-0,027	-0,277	-0,024
-3,705	0,521	-1,274	-1,324	0,095	0,194	-0,874	0,041
0,075	-0,375	0,242	0,168	0,144	-0,243	-0,194	0,018
-0,460	0,300	0,067	0,451	-0,248	0,460	0,285	-0,167
0,455	0,013	-0,203	-0,287	-0,242	-0,100	-0,026	0,239
1,274	-0,058	-2,932	6,723	-2,028	1,231	-1,759	0,981
-1,198	0,002	-1,026	0,702	1,061	-0,450	0,273	-0,620
-0,124	-0,156	-0,081	-0,093	0,036	0,286	-0,006	-0,034
0,062	0,076	0,041	0,045	-0,015	-0,134	0,003	0,014
-0,311	-0,214	-0,284	-0,073	-0,230	-0,141	0,012	0,211
-0,087	-0,094	0,090	-0,039	0,245	0,043	0,214	0,206
0,075	0,079	-0,070	0,033	-0,197	-0,034	-0,175	-0,171
-0,311	-0,214	-0,284	-0,073	-0,230	-0,141	0,012	0,211
0,003	-0,034	-0,054	-0,244	0,295	0,074	-0,053	0,124
0,001	0,038	0,059	0,252	-0,300	-0,075	0,054	-0,130
-0,311	-0,214	-0,284	-0,073	-0,230	-0,141	0,012	0,211
-0,137	0,076	0,145	-0,079	0,113	0,110	-0,172	0,015
0,117	-0,054	-0,127	0,092	-0,037	-0,053	0,107	-0,002
-0,018	0,003	0,021	-0,027	-0,024	-0,012	0,004	-0,005
0,050	0,097	-0,115	-0,007	0,237	0,006	0,501	-0,280
-0,009	-0,080	0,055	0,049	-0,146	0,015	-0,397	0,226
-0,018	0,003	0,021	-0,027	-0,024	-0,012	0,004	-0,005
0,155	0,174	-0,188	0,067	-0,348	0,339	-0,180	0,113
-0,199	-0,279	0,244	-0,041	0,599	-0,499	0,272	-0,165
-0,018	0,003	0,021	-0,027	-0,024	-0,012	0,004	-0,005
-0,524	-0,462	-0,002	0,446	-0,096	-0,401	0,182	0,244
0,153	0,114	-0,024	-0,082	0,052	0,116	-0,050	-0,056
-0,018	0,003	0,021	-0,027	-0,024	-0,012	0,004	-0,005
0,109	-0,103	-0,014	0,134	0,497	-0,019	-0,416	0,428
-0,393	0,400	0,255	-0,807	-0,521	-0,069	0,169	0,038
0,090	-0,101	-0,079	0,254	-0,047	0,034	0,174	-0,248
0,310	-3,050	-2,364	-0,827	-1,086	-0,615	-1,205	2,331
0,315	1,905	0,617	-0,050	0,324	0,607	-1,204	-0,502

F32	F33	F34	F35	F36	F37	F38
0,067	0,174	-0,094	-0,073	0,044	0,003	0,000
-0,022	-0,279	0,130	0,083	-0,080	-0,005	0,000
-1,097	-1,057	1,211	0,766	-0,087	-0,003	-0,001
-1,823	0,883	-1,342	0,323	0,146	0,003	0,000
0,491	0,390	-0,449	-0,293	-0,025	-0,001	0,000
-0,014	-0,122	0,010	-0,002	0,013	-0,003	0,000
-0,072	-0,173	0,283	0,163	-0,058	0,003	-0,001

Annexe 4

-0,270	0,456	-0,139	-0,070	0,072	0,007	0,000
3,161	1,570	-1,958	-0,601	-0,291	-0,006	0,001
-1,819	-0,579	1,293	-0,083	0,002	0,000	-0,001
0,699	-0,418	0,692	-0,115	-0,130	-0,007	-0,001
0,512	-0,162	0,557	0,303	0,112	0,005	0,002
-0,061	0,041	-0,098	-0,020	-0,003	0,000	0,000
0,004	-0,010	-0,024	0,008	-0,224	-0,002	-0,001
-0,043	0,020	0,075	-0,029	0,676	0,006	0,002
3,374	1,144	-0,104	0,630	0,735	-0,020	0,002
0,015	-0,030	-0,001	-0,074	0,237	0,001	0,000
-0,047	0,062	0,002	0,160	-0,507	-0,006	-0,001
1,024	0,227	0,050	0,090	-0,877	0,183	-0,009
-0,039	-0,026	0,017	0,010	0,003	0,093	0,036
0,047	0,032	-0,021	-0,012	-0,004	-0,111	-0,043
-0,863	-0,347	0,409	0,187	0,160	-0,260	-0,028
0,016	-0,001	-0,011	-0,004	0,009	0,088	-0,043
0,047	0,027	-0,018	-0,010	-0,022	-0,080	0,051
-0,047	0,087	0,104	0,130	-0,002	-0,002	0,000
0,051	-0,094	-0,113	-0,141	0,002	0,002	0,000
0,380	-0,245	-0,006	0,306	0,030	-0,006	0,000
0,003	0,221	0,277	-0,024	0,004	0,000	0,000
-1,017	0,106	-0,656	-0,609	0,129	0,000	-0,001
0,077	-0,279	-0,033	-0,208	-0,019	-0,005	0,000
0,015	0,131	-0,002	0,258	0,070	0,003	0,000
-0,132	0,119	-0,110	0,014	-0,044	0,004	0,000
-0,847	1,498	-0,088	-0,935	-0,411	-0,002	0,001
-0,490	-0,377	-0,430	0,318	0,305	-0,008	-0,001
0,285	-0,006	0,085	0,023	0,032	0,002	0,000
-0,134	0,005	-0,040	-0,011	-0,014	-0,001	0,000
-0,077	-0,224	-0,049	-0,007	-0,071	-0,001	0,000
0,179	0,042	0,187	0,141	0,028	-0,002	0,000
-0,145	-0,032	-0,152	-0,115	-0,022	0,002	0,000
-0,077	-0,224	-0,049	-0,007	-0,071	-0,001	0,000
0,175	0,026	0,213	-0,029	-0,004	-0,001	0,000
-0,178	-0,024	-0,218	0,030	0,005	0,001	0,000
-0,077	-0,224	-0,049	-0,007	-0,071	-0,001	0,000
0,096	-0,289	-0,541	0,635	0,093	-0,046	0,002
-0,049	0,206	0,336	-0,422	-0,044	-0,042	0,002
-0,009	-0,012	0,011	0,005	-0,011	0,047	-0,002
-0,050	-0,249	-0,017	-0,545	-0,012	-0,047	0,002
0,054	0,214	-0,005	0,417	0,028	-0,041	0,002
-0,009	-0,012	0,011	0,005	-0,011	0,047	-0,002
0,212	0,021	0,087	-0,155	-0,050	-0,044	0,002
-0,311	-0,005	-0,161	0,229	0,104	-0,043	0,002
-0,009	-0,012	0,011	0,005	-0,011	0,047	-0,002
-0,437	1,177	0,428	0,179	0,006	-0,039	0,003

| *Annexe 4*

0,120	-0,284	-0,121	-0,052	0,012	-0,045	0,002
-0,009	-0,012	0,011	0,005	-0,011	0,047	-0,002
-0,273	-0,080	-0,185	-0,227	-0,060	0,003	0,000
0,023	-0,073	0,227	-0,011	0,031	0,001	0,000
0,126	0,080	0,006	0,121	0,016	-0,002	0,000
1,112	-0,833	0,488	0,468	0,359	-0,006	0,001
-0,310	-0,199	-0,300	-0,363	-0,088	-0,001	0,000

Tableau 120. Coordonnées standards (Variables) « FEP »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
Âge-1	0,064	0,097	0,560	-0,404	1,065	0,004	-0,092
Âge-2	-0,125	-0,149	-1,022	0,539	-1,833	-0,611	0,336
Âge-3	-0,111	-0,300	-0,510	2,319	-6,594	9,605	2,564
Âge-4	0,583	-0,717	0,427	3,755	12,100	1,221	-15,839
E matri-1	-0,368	-0,135	-1,937	3,335	-2,899	-1,570	0,068
E matri-2	0,133	-0,144	-0,031	-0,070	1,193	-0,129	-1,000
E matri-3	-0,215	-0,263	1,350	-0,349	0,366	0,816	2,814
E matri-4	-0,062	1,078	-0,883	-0,969	-3,046	-1,104	-0,578
E matri-5	0,919	-0,715	-2,764	3,087	-12,001	17,031	0,663
N Instruction-2	1,436	-0,811	-1,773	7,555	-1,962	6,864	1,578
N Instruction-3	0,208	-0,574	1,479	3,746	5,457	1,124	-5,190
N Instruction-4	0,707	0,681	1,044	2,016	1,546	-2,426	-2,668
N Instruction-5	-0,088	-0,024	-0,148	-0,445	-0,388	0,088	0,479
D création-1	-0,546	0,018	0,262	-0,605	0,174	0,260	-0,400
D création-2	1,657	-0,050	-0,797	1,880	-0,302	-0,842	1,472
D création-3	1,285	-0,607	-0,457	-3,361	-24,824	5,219	-27,056
S préféré-1	-0,568	0,009	0,427	-0,740	0,155	0,560	-0,338
S préféré-2	1,229	-0,014	-0,871	1,591	-0,339	-1,189	0,626
S préféré-3	0,982	-0,435	-4,409	2,067	0,009	-2,617	7,889
Idée-1	-1,372	0,170	-0,174	0,215	-0,346	0,091	-0,502
Idée-2	1,639	-0,204	0,208	-0,257	0,413	-0,109	0,600
D démarches-1	0,754	-0,448	-0,206	-2,294	-7,307	2,022	-10,750
D démarches-2	-1,510	0,211	-0,147	0,406	0,125	-0,059	0,182
D démarches-3	1,650	-0,205	0,181	-0,286	0,409	-0,086	0,604
Module-1	-0,522	0,039	0,524	-1,129	-0,340	-0,613	-0,322
Module-2	0,564	-0,042	-0,566	1,220	0,367	0,662	0,348
FFMF-1	-0,938	-0,134	1,690	-1,717	0,345	0,473	0,536
FFMF-2	0,232	0,763	-1,172	0,642	-1,214	0,767	1,346
FFMF-3	2,107	-0,788	0,564	0,767	3,585	-3,574	1,743
FFMF-4	0,061	0,068	0,127	-0,680	-1,548	-1,587	-1,449
FFMF-5	0,000	-0,358	0,101	-1,946	0,815	2,558	2,290
FFMF-6	-0,030	-0,276	0,033	1,864	1,643	-0,500	-1,079

Annexe 4

FFMF-7	-2,023	0,231	2,411	1,885	-1,966	-6,982	9,652
FFMF-8	-0,468	-0,179	3,250	3,697	3,256	3,074	-1,129
B Formation-1	0,058	-0,171	-0,272	-0,608	-0,524	-1,799	0,166
B Formation-2	-0,062	-0,204	0,114	0,288	0,240	0,838	-0,078
B Formation-3	3,355	28,048	1,466	-0,043	0,810	1,263	-0,069
B Financier-1	-0,431	-0,071	0,141	-1,494	0,127	-1,175	0,348
B Financier-2	0,310	-0,293	-0,133	1,220	-0,114	0,944	-0,283
B Financier-3	3,355	28,048	1,466	-0,043	0,810	1,263	-0,069
B Conseils-1	-0,036	-0,232	0,601	0,630	0,138	1,525	-0,237
B Conseils-2	-0,010	-0,153	-0,638	-0,647	-0,153	-1,586	0,244
B Conseils-3	3,355	28,048	1,466	-0,043	0,810	1,263	-0,069
Aide Fin-1	-1,555	0,142	3,055	2,011	-0,901	-0,484	0,482
Aide Fin-2	-1,459	0,251	-2,308	-0,664	0,802	0,256	0,025
Aide Fin-3	1,618	-0,225	0,206	-0,423	-0,140	0,039	-0,222
Aide Idée-1	-1,554	0,162	2,451	1,555	-0,942	-0,790	0,916
Aide Idée-2	-1,452	0,244	-2,255	-0,517	0,966	0,553	-0,350
Aide Idée-3	1,618	-0,225	0,206	-0,423	-0,140	0,039	-0,222
Aide Psycho-1	-1,559	0,167	1,596	0,247	0,000	-0,081	0,245
Aide Psycho-2	-1,399	0,272	-2,982	0,617	0,331	0,035	0,143
Aide Psycho-3	1,618	-0,225	0,206	-0,423	-0,140	0,039	-0,222
Aide CS-1	-1,580	0,054	4,657	2,634	-1,507	-1,125	0,010
Aide CS-2	-1,476	0,247	-1,416	-0,175	0,543	0,239	0,255
Aide CS-3	1,618	-0,225	0,206	-0,423	-0,140	0,039	-0,222
PAE-1	-0,374	-0,234	1,703	-2,368	-0,200	0,799	0,491
PAE-2	-0,290	-0,143	-0,897	2,053	-0,766	-2,222	0,560
PAE-3	0,330	0,170	-0,505	0,483	0,428	0,537	-0,521
PAE-4	0,029	0,361	-3,017	-3,938	-6,353	-3,967	5,605
PAE-5	-1,944	0,243	0,602	-2,617	2,274	-3,386	0,108

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15
0,308	-1,081	0,333	-0,235	-0,553	0,329	0,009	0,424
-1,270	1,594	-0,269	0,031	1,279	-0,756	0,263	-0,693
10,493	2,905	-2,567	5,560	-1,636	-0,924	-2,660	-1,028
3,050	12,274	-9,807	3,613	-7,372	9,858	-5,897	-1,807
0,224	3,259	2,398	6,263	-0,111	-2,465	3,961	-3,038

Annexe 4

1,004	-0,340	0,103	-0,185	0,408	-0,519	-0,739	0,111
-1,287	-1,545	0,811	-0,692	-2,010	1,498	1,282	-0,747
-3,171	1,926	-2,660	-0,815	1,720	0,742	-1,201	1,777
18,557	3,779	-2,228	-5,904	-1,919	1,751	2,889	6,339
9,302	3,895	-1,664	-21,313	4,862	-1,580	7,129	11,596
-1,091	5,838	-1,962	-1,073	-5,499	5,394	0,130	-1,381
2,927	-1,953	0,748	4,995	4,405	1,355	2,436	2,554
-0,304	-0,157	0,048	-0,168	-0,170	-0,372	-0,298	-0,280
0,213	-0,017	-0,483	0,434	0,279	-0,092	0,003	-0,101
-0,415	0,110	1,391	-1,265	-0,769	0,161	-0,103	0,185
-25,574	-6,290	9,359	-6,678	-9,037	12,979	10,032	13,205
0,315	0,327	-0,429	0,398	0,184	-0,254	-0,031	-0,396
-0,711	-0,685	0,719	-0,881	-0,222	0,382	0,450	1,049
1,513	-2,120	15,045	0,702	-12,418	11,907	-26,261	- 12,451
-0,116	-0,342	0,137	-0,189	-0,118	0,153	0,221	-0,055
0,139	0,409	-0,163	0,226	0,141	-0,182	-0,264	0,066
-1,183	-4,117	2,409	-0,795	-3,586	2,617	3,725	-2,395
-0,024	-0,097	-0,014	-0,145	0,134	0,011	-0,011	0,112
0,116	0,420	-0,165	0,224	0,119	-0,210	-0,269	0,054
0,795	0,019	0,217	0,394	-0,331	-0,516	0,089	-0,123
-0,859	-0,020	-0,234	-0,426	0,357	0,558	-0,096	0,133
-0,361	4,256	7,466	0,191	-0,234	3,542	3,646	0,793
1,173	-1,394	-0,471	0,471	1,180	3,026	-0,276	-3,066
1,910	-9,951	0,547	3,285	10,720	3,507	17,465	-0,844
0,642	-0,946	0,533	-0,521	-0,697	-1,750	-2,526	0,485
-1,816	0,769	-1,299	1,550	-0,551	-0,455	0,102	1,349
-0,226	1,100	-1,209	-1,211	0,203	-0,837	1,391	-0,320
1,156	-13,224	-19,841	8,074	-46,625	-6,923	23,113	15,746
-0,928	-10,785	5,150	8,580	8,623	3,853	-9,962	24,992
1,285	-1,533	-1,611	-0,776	-0,697	1,020	0,116	0,348
-0,610	0,712	0,754	0,366	0,346	-0,476	-0,062	-0,169
0,234	1,252	0,799	0,084	-1,591	-0,679	0,728	0,401
0,334	1,016	-0,809	-0,689	0,043	-0,898	0,632	-0,081
-0,276	-0,846	0,651	0,562	-0,015	0,742	-0,525	0,061
0,234	1,252	0,799	0,084	-1,591	-0,679	0,728	0,401
-1,403	-0,596	-0,412	0,412	-0,005	-1,288	-0,092	0,259
1,439	0,595	0,413	-0,425	0,027	1,333	0,084	-0,272
0,234	1,252	0,799	0,084	-1,591	-0,679	0,728	0,401
-0,173	-0,366	-0,809	-0,554	-0,116	-0,171	-0,316	-0,414
0,043	0,018	0,622	0,128	0,161	0,286	0,032	0,383
0,046	0,144	-0,062	0,153	-0,056	-0,114	0,113	-0,074
0,000	-0,326	-1,345	0,397	-0,099	0,411	0,376	-0,787
-0,076	0,017	1,153	-0,562	0,169	-0,134	-0,481	0,737
0,046	0,144	-0,062	0,153	-0,056	-0,114	0,113	-0,074
-0,270	0,419	0,635	-1,272	0,945	0,100	-0,599	0,137

Annexe 4

0,313	-0,997	-0,846	1,624	-1,344	0,114	0,666	-0,039
0,046	0,144	-0,062	0,153	-0,056	-0,114	0,113	-0,074
0,916	0,354	0,938	0,084	0,623	0,441	-1,598	-0,539
-0,285	-0,257	-0,166	-0,199	-0,093	0,021	0,272	0,222
0,046	0,144	-0,062	0,153	-0,056	-0,114	0,113	-0,074
0,167	0,970	0,855	0,520	0,004	1,226	0,602	1,178
0,430	1,896	0,536	1,552	-1,967	-0,669	-0,814	2,916
-0,240	-1,329	-0,585	-0,759	0,650	-0,598	-0,049	-1,728
-6,611	4,853	-20,486	3,855	11,590	29,796	-3,690	4,667
3,376	3,660	8,858	-11,182	1,086	-2,388	6,860	-4,262

F16	F17	F18	F19	F20	F21	F22	F23
-0,485	-0,296	-0,646	0,934	-0,326	0,297	-0,503	-0,313
0,059	0,568	1,376	-1,638	0,457	-0,676	1,123	0,781
9,345	-2,472	-5,252	2,721	3,658	3,905	-8,066	1,597
14,002	6,578	7,313	-13,306	-3,461	-5,646	15,023	- 14,579
-1,679	-1,172	-1,366	-0,906	-0,345	-4,542	-0,184	-1,900
-0,877	-0,381	0,001	0,614	0,334	1,183	0,420	-0,168
1,504	0,725	-0,359	-1,202	-0,132	-2,171	0,130	-0,400
1,636	0,653	1,135	-0,193	-0,722	1,290	-1,782	2,076
3,507	4,008	1,117	1,856	-3,162	-5,232	0,623	1,569
-11,492	7,662	7,948	0,977	-2,525	-3,952	7,110	-3,425
1,490	-0,082	-3,346	0,015	-0,369	-1,294	-3,300	0,706
-0,189	2,609	1,755	1,948	1,908	1,142	2,788	0,285
0,063	-0,308	-0,073	-0,184	-0,125	0,004	-0,158	-0,025
-0,097	-0,170	0,410	-0,120	-0,032	0,073	-0,040	0,172
0,248	0,433	-1,239	0,277	-0,284	-0,365	0,117	-0,370
5,344	9,328	-1,612	9,645	41,338	15,320	0,753	- 16,677
-0,071	-0,074	0,667	-0,350	0,053	0,019	-0,097	0,367
0,179	-0,165	-1,841	0,552	-0,289	0,118	0,289	-1,009
-1,633	22,377	26,056	14,747	11,818	-10,920	-5,273	13,998
-0,067	-0,007	-0,257	0,055	-0,181	-0,172	0,004	-0,118
0,080	0,008	0,307	-0,066	0,217	0,206	-0,005	0,141
-2,961	-0,540	-0,547	0,782	-2,294	-4,955	-1,149	0,662
0,119	0,036	-0,251	0,011	-0,002	0,165	0,102	-0,137
0,089	0,000	0,326	-0,072	0,175	0,186	-0,029	0,105
-0,821	0,574	0,060	0,411	-0,711	-1,080	0,375	0,095
0,888	-0,620	-0,064	-0,444	0,768	1,166	-0,406	-0,103
-0,095	-2,401	1,677	-2,086	-5,289	3,710	-0,919	3,505
-2,136	-1,081	1,688	-2,440	1,093	2,470	0,043	-3,266
21,187	16,268	3,532	3,779	-5,265	0,321	-4,767	2,118
1,921	0,372	-0,627	0,636	-1,764	0,272	0,584	-0,841
-0,086	1,010	-2,043	1,532	1,268	-2,025	3,493	-0,784
-1,242	0,019	-0,130	0,661	1,767	-1,096	-2,026	2,833

Annexe 4

-4,080	-3,918	35,941	-1,883	-11,376	17,266	-9,196	-6,951
-0,263	-11,875	8,031	-13,805	5,145	-21,624	-18,022	-5,833
0,520	-0,804	-0,967	-2,307	0,843	-0,505	1,424	2,573
-0,246	0,377	0,463	1,090	-0,403	0,255	-0,680	-1,227
0,003	0,319	-0,598	0,112	0,372	-1,596	0,660	0,933
0,311	0,320	0,192	0,191	0,763	-0,258	-1,602	-1,437
-0,254	-0,265	-0,149	-0,157	-0,628	0,231	1,300	1,162
0,003	0,319	-0,598	0,112	0,372	-1,596	0,660	0,933
0,232	-0,261	0,746	0,078	-0,526	0,296	0,595	0,682
-0,238	0,263	-0,758	-0,082	0,536	-0,282	-0,621	-0,714
0,003	0,319	-0,598	0,112	0,372	-1,596	0,660	0,933
-0,315	0,228	0,396	0,113	0,118	0,828	0,144	-0,342
0,380	0,076	-0,510	0,039	0,015	-0,384	0,032	0,176
-0,114	-0,147	0,164	-0,074	-0,060	-0,102	-0,082	0,031
-0,585	0,130	-0,386	0,913	0,797	-0,600	0,134	-0,455
0,646	0,141	0,030	-0,592	-0,524	0,637	0,031	0,305
-0,114	-0,147	0,164	-0,074	-0,060	-0,102	-0,082	0,031
0,368	0,694	-0,160	-0,800	-0,479	-0,153	-0,192	-0,896
-0,303	-0,736	-0,139	1,424	0,891	0,480	0,495	1,326
-0,114	-0,147	0,164	-0,074	-0,060	-0,102	-0,082	0,031
1,137	-1,144	-0,983	0,438	0,159	0,515	0,946	1,202
-0,155	0,459	0,058	-0,025	0,030	-0,012	-0,144	-0,339
-0,114	-0,147	0,164	-0,074	-0,060	-0,102	-0,082	0,031
-0,827	0,860	-0,809	-0,609	1,910	0,891	0,494	0,888
0,026	0,151	0,309	0,123	-0,349	0,734	0,540	-0,378
0,227	-0,012	0,064	-0,154	-0,828	-0,573	-0,634	-0,266
-5,115	-12,172	2,337	26,586	-19,966	-7,458	0,602	-1,863
17,622	-28,981	15,974	14,054	12,072	-7,972	12,511	-1,944

F24	F25	F26	F27	F28	F29	F30	F31
0,136	-0,124	0,932	-0,812	0,086	0,670	-0,096	-0,365
-0,773	0,491	-1,330	1,707	-0,187	-1,805	0,086	0,761
4,903	-2,343	-4,357	-0,470	-1,549	7,455	-1,564	-2,650
11,097	-5,883	-7,252	-8,072	5,980	5,236	9,271	3,940
-0,703	-5,293	1,302	-0,117	0,741	4,220	-3,908	-0,351
-1,282	0,212	-1,696	0,355	-0,045	0,244	0,518	0,604
2,247	-0,888	1,964	-1,166	-1,261	-2,703	-0,104	0,253
1,740	2,483	2,892	0,435	1,618	1,983	-0,345	-2,953
1,029	9,404	0,001	0,934	2,565	-11,550	5,719	6,120
-5,079	-14,930	6,995	-1,370	2,136	6,135	-3,847	-9,305
-5,853	3,171	2,261	4,268	3,126	-2,398	-5,846	-3,832
5,455	1,224	3,783	3,358	-0,066	0,163	0,699	0,611
-0,141	-0,110	-0,522	-0,497	-0,172	0,041	0,269	0,234
-0,342	-0,278	0,550	-0,235	-0,489	-0,097	0,104	-0,270
1,033	1,049	-1,467	0,806	1,610	0,397	-0,305	1,024

Annexe 4

1,286	-21,514	-22,956	-9,619	-12,413	-10,748	-1,270	- 21,412
-0,278	-0,345	0,435	-0,122	-0,814	-0,430	-0,182	-0,227
0,673	0,825	-0,957	0,252	1,718	0,744	0,351	0,457
-4,431	-4,694	0,380	0,995	4,484	13,473	3,336	2,703
-0,098	0,252	0,049	0,106	0,061	0,232	0,192	0,359
0,117	-0,302	-0,059	-0,127	-0,073	-0,277	-0,230	-0,428
-2,241	4,240	3,632	0,020	-1,243	4,518	3,350	6,687
0,073	-0,018	-0,183	0,154	0,138	-0,041	-0,018	-0,025
0,086	-0,300	-0,067	-0,176	-0,063	-0,294	-0,232	-0,476
0,557	0,985	-1,452	-0,721	0,654	-0,550	-0,962	-1,453
-0,602	-1,065	1,569	0,779	-0,707	0,594	1,040	1,570
0,362	-1,987	-1,669	0,118	1,690	1,506	5,832	-2,854
-0,769	2,000	0,576	-1,688	1,224	-0,143	-1,490	-0,130
-17,207	2,488	-6,193	-6,552	0,483	1,022	-4,708	0,224
0,347	-1,789	1,176	0,831	0,735	-1,281	-1,043	0,097
-2,135	1,430	0,328	2,233	-1,267	2,426	1,537	-0,916
2,113	0,063	-0,987	-1,420	-1,234	-0,525	-0,138	1,310
5,915	-0,277	-14,256	33,279	-10,342	6,485	-9,472	5,370
-5,562	0,011	-4,991	3,474	5,409	-2,370	1,471	-3,395
-0,575	-0,743	-0,395	-0,461	0,181	1,509	-0,032	-0,184
0,287	0,362	0,201	0,222	-0,074	-0,706	0,015	0,075
-1,446	-1,022	-1,383	-0,361	-1,172	-0,743	0,064	1,154
-0,404	-0,447	0,437	-0,193	1,250	0,228	1,150	1,127
0,348	0,378	-0,340	0,163	-1,006	-0,177	-0,940	-0,935
-1,446	-1,022	-1,383	-0,361	-1,172	-0,743	0,064	1,154
0,015	-0,161	-0,260	-1,208	1,502	0,392	-0,283	0,679
0,004	0,180	0,287	1,247	-1,528	-0,393	0,290	-0,714
-1,446	-1,022	-1,383	-0,361	-1,172	-0,743	0,064	1,154
-0,636	0,364	0,704	-0,393	0,574	0,582	-0,924	0,081
0,543	-0,258	-0,616	0,458	-0,190	-0,279	0,574	-0,014
-0,084	0,013	0,102	-0,132	-0,120	-0,066	0,019	-0,025
0,231	0,463	-0,559	-0,034	1,210	0,034	2,696	-1,531
-0,042	-0,384	0,268	0,244	-0,747	0,082	-2,138	1,238
-0,084	0,013	0,102	-0,132	-0,120	-0,066	0,019	-0,025
0,719	0,831	-0,914	0,329	-1,773	1,785	-0,968	0,617
-0,925	-1,330	1,184	-0,202	3,055	-2,632	1,467	-0,903
-0,084	0,013	0,102	-0,132	-0,120	-0,066	0,019	-0,025
-2,434	-2,206	-0,008	2,207	-0,492	-2,116	0,980	1,339
0,712	0,542	-0,117	-0,405	0,264	0,611	-0,270	-0,309
-0,084	0,013	0,102	-0,132	-0,120	-0,066	0,019	-0,025
0,507	-0,494	-0,069	0,662	2,536	-0,100	-2,241	2,343
-1,825	1,907	1,238	-3,997	-2,656	-0,361	0,911	0,209
0,420	-0,483	-0,386	1,259	-0,238	0,179	0,937	-1,360
1,441	-14,561	-11,495	-4,093	-5,538	-3,244	-6,487	12,763
1,464	9,093	2,999	-0,249	1,652	3,197	-6,483	-2,748

F32	F33	F34	F35	F36	F37	F38
0,381	1,035	-0,572	-0,458	0,337	0,070	0,003
-0,127	-1,657	0,786	0,523	-0,611	-0,127	-0,002
-6,213	-6,276	7,354	4,806	-0,660	-0,080	-0,035
-10,330	5,243	-8,146	2,026	1,106	0,069	-0,010
2,784	2,317	-2,728	-1,837	-0,188	-0,026	-0,004
-0,078	-0,724	0,059	-0,010	0,097	-0,067	0,018
-0,406	-1,029	1,716	1,024	-0,442	0,072	-0,041
-1,527	2,709	-0,842	-0,440	0,544	0,169	-0,009
17,911	9,323	-11,889	-3,771	-2,211	-0,160	0,046
-10,307	-3,439	7,850	-0,521	0,014	-0,003	-0,074
3,960	-2,479	4,203	-0,724	-0,988	-0,178	-0,049
2,900	-0,963	3,380	1,903	0,848	0,135	0,144
-0,347	0,245	-0,592	-0,128	-0,026	-0,003	-0,010
0,021	-0,058	-0,146	0,048	-1,699	-0,043	-0,036
-0,242	0,116	0,453	-0,184	5,139	0,137	0,109
19,117	6,791	-0,629	3,953	5,585	-0,496	0,130
0,083	-0,177	-0,006	-0,462	1,804	0,035	0,028
-0,265	0,368	0,009	1,003	-3,854	-0,142	-0,053
5,804	1,348	0,306	0,564	-6,662	4,511	-0,586
-0,224	-0,157	0,104	0,064	0,026	2,279	2,416
0,267	0,187	-0,125	-0,077	-0,031	-2,724	-2,887
-4,888	-2,058	2,483	1,175	1,213	-6,398	-1,902
0,090	-0,004	-0,068	-0,023	0,066	2,175	-2,929
0,267	0,160	-0,111	-0,063	-0,166	-1,976	3,455
-0,267	0,515	0,632	0,817	-0,017	-0,055	-0,018
0,288	-0,557	-0,683	-0,883	0,019	0,060	0,019
2,153	-1,453	-0,037	1,922	0,226	-0,141	-0,011
0,016	1,314	1,680	-0,150	0,030	0,006	-0,017
-5,761	0,627	-3,984	-3,824	0,981	0,001	-0,051
0,436	-1,654	-0,201	-1,305	-0,146	-0,111	-0,005
0,083	0,780	-0,009	1,617	0,532	0,081	0,003
-0,750	0,708	-0,668	0,090	-0,333	0,101	0,019
-4,798	8,895	-0,537	-5,867	-3,127	-0,038	0,045
-2,777	-2,242	-2,612	1,998	2,321	-0,186	-0,042
1,617	-0,035	0,515	0,145	0,242	0,052	0,027
-0,761	0,030	-0,241	-0,068	-0,109	-0,024	-0,013
-0,435	-1,331	-0,296	-0,043	-0,537	-0,036	-0,015
1,012	0,250	1,133	0,882	0,215	-0,062	-0,003
-0,821	-0,188	-0,921	-0,720	-0,169	0,051	0,003
-0,435	-1,331	-0,296	-0,043	-0,537	-0,036	-0,015
0,989	0,155	1,292	-0,181	-0,032	-0,022	-0,014
-1,011	-0,141	-1,324	0,187	0,040	0,023	0,015
-0,435	-1,331	-0,296	-0,043	-0,537	-0,036	-0,015

Annexe 4

0,541	-1,716	-3,284	3,982	0,710	-1,141	0,161
-0,278	1,225	2,040	-2,649	-0,332	-1,041	0,121
-0,049	-0,070	0,067	0,034	-0,086	1,168	-0,148
-0,285	-1,481	-0,101	-3,420	-0,093	-1,167	0,151
0,304	1,272	-0,031	2,616	0,214	-1,013	0,125
-0,049	-0,070	0,067	0,034	-0,086	1,168	-0,148
1,204	0,124	0,526	-0,971	-0,377	-1,090	0,142
-1,763	-0,029	-0,980	1,436	0,791	-1,066	0,129
-0,049	-0,070	0,067	0,034	-0,086	1,168	-0,148
-2,474	6,990	2,598	1,123	0,043	-0,971	0,204
0,682	-1,686	-0,734	-0,323	0,088	-1,108	0,120
-0,049	-0,070	0,067	0,034	-0,086	1,168	-0,148
-1,548	-0,475	-1,122	-1,422	-0,453	0,081	0,031
0,131	-0,435	1,379	-0,071	0,238	0,024	-0,030
0,711	0,472	0,036	0,762	0,125	-0,049	-0,005
6,302	-4,949	2,963	2,938	2,732	-0,142	0,059
-1,755	-1,184	-1,820	-2,279	-0,667	-0,024	-0,021

Tableau 121. Contributions (Variables) « FEP »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
Âge-1	0,015	0,035	1,166	0,609	4,228	0,000	0,032
Âge-2	0,031	0,044	2,084	0,580	6,709	0,747	0,226
Âge-3	0,001	0,011	0,031	0,649	5,243	11,126	0,793
Âge-4	0,014	0,021	0,007	0,567	5,885	0,060	10,085
E matri-1	0,055	0,007	1,508	4,470	3,377	0,991	0,002
E matri-2	0,058	0,068	0,003	0,016	4,650	0,054	3,269
E matri-3	0,061	0,091	2,393	0,160	0,176	0,873	10,396
E matri-4	0,003	0,981	0,658	0,793	7,831	1,029	0,282
E matri-5	0,045	0,027	0,410	0,511	7,720	15,546	0,024
N Instruction-2	0,110	0,035	0,168	3,059	0,206	2,525	0,133
N Instruction-3	0,011	0,084	0,557	3,572	7,582	0,321	6,859
N Instruction-4	0,228	0,211	0,497	1,851	1,089	2,681	3,244
N Instruction-5	0,040	0,003	0,112	1,013	0,772	0,040	1,175
D création-1	1,319	0,001	0,304	1,620	0,134	0,298	0,706
D création-2	3,974	0,004	0,919	5,117	0,132	1,025	3,134
D création-3	0,022	0,005	0,003	0,151	8,257	0,365	9,809
S préféré-1	1,295	0,000	0,734	2,202	0,096	1,262	0,460
S préféré-2	2,772	0,000	1,393	4,645	0,211	2,594	0,719
S préféré-3	0,026	0,005	0,521	0,115	0,000	0,184	1,668
Idée-1	6,028	0,093	0,097	0,148	0,383	0,027	0,807
Idée-2	7,203	0,111	0,116	0,177	0,457	0,032	0,965
D démarches-1	0,114	0,040	0,008	1,058	10,730	0,821	23,226
D démarches-2	6,874	0,134	0,065	0,497	0,047	0,010	0,100
D démarches-3	7,263	0,112	0,088	0,218	0,447	0,020	0,973
Module-1	0,833	0,005	0,838	3,893	0,353	1,147	0,317
Module-2	0,900	0,005	0,905	4,207	0,381	1,239	0,343
FFMF-1	0,342	0,007	1,110	1,146	0,046	0,087	0,112
FFMF-2	0,056	0,608	1,436	0,430	1,540	0,615	1,893
FFMF-3	0,238	0,033	0,017	0,032	0,689	0,685	0,163
FFMF-4	0,006	0,008	0,028	0,786	4,079	4,284	3,572
FFMF-5	0,000	0,134	0,011	3,956	0,695	6,838	5,480
FFMF-6	0,001	0,122	0,002	5,537	4,307	0,398	1,856

Annexe 4

FFMF-7	0,055	0,001	0,078	0,048	0,052	0,653	1,248
FFMF-8	0,009	0,001	0,425	0,549	0,426	0,380	0,051
B Formation-1	0,006	0,055	0,139	0,692	0,515	6,070	0,052
B Formation-2	0,015	0,164	0,051	0,328	0,228	2,785	0,024
B Formation-3	0,452	31,624	0,086	0,000	0,026	0,064	0,000
B Financier-1	0,488	0,013	0,052	5,860	0,042	3,627	0,318
B Financier-2	0,310	0,275	0,057	4,790	0,041	2,865	0,258
B Financier-3	0,452	31,624	0,086	0,000	0,026	0,064	0,000
B Conseils-1	0,004	0,159	1,068	1,176	0,056	6,891	0,166
B Conseils-2	0,000	0,067	1,172	1,207	0,068	7,244	0,172
B Conseils-3	0,452	31,624	0,086	0,000	0,026	0,064	0,000
Aide Fin-1	2,916	0,024	11,257	4,876	0,979	0,283	0,280
Aide Fin-2	3,937	0,117	9,849	0,816	1,188	0,122	0,001
Aide Fin-3	7,397	0,143	0,120	0,507	0,055	0,004	0,139
Aide Idée-1	3,237	0,035	8,052	3,241	1,188	0,836	1,124
Aide Idée-2	3,617	0,103	8,722	0,459	1,602	0,525	0,210
Aide Idée-3	7,397	0,143	0,120	0,507	0,055	0,004	0,139
Aide Psycho-1	4,529	0,052	4,744	0,114	0,000	0,012	0,112
Aide Psycho-2	2,335	0,088	10,602	0,455	0,131	0,001	0,024
Aide Psycho-3	7,397	0,143	0,120	0,507	0,055	0,004	0,139
Aide CS-1	1,539	0,002	13,365	4,278	1,401	0,780	0,000
Aide CS-2	5,313	0,149	4,890	0,075	0,720	0,140	0,158
Aide CS-3	7,397	0,143	0,120	0,507	0,055	0,004	0,139
PAE-1	0,219	0,086	4,549	8,792	0,063	1,000	0,377
PAE-2	0,100	0,025	0,960	5,029	0,700	5,888	0,374
PAE-3	0,333	0,088	0,780	0,712	0,558	0,881	0,829
PAE-4	0,000	0,003	0,244	0,416	1,082	0,422	0,842
PAE-5	0,152	0,002	0,015	0,275	0,208	0,461	0,000

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15
0,354	4,351	0,413	0,207	1,139	0,403	0,000	0,671
3,220	5,072	0,145	0,002	3,266	1,141	0,138	0,960
13,279	1,018	0,794	3,728	0,323	0,103	0,853	0,127
0,374	6,056	3,866	0,525	2,184	3,907	1,398	0,131
0,020	4,270	2,312	15,767	0,005	2,442	6,308	3,709

Annexe 4

3,294	0,377	0,035	0,112	0,545	0,880	1,787	0,040
2,174	3,133	0,863	0,628	5,307	2,945	2,159	0,732
8,488	3,132	5,974	0,561	2,497	0,465	1,217	2,666
18,456	0,765	0,266	1,868	0,197	0,164	0,447	2,154
4,638	0,813	0,148	24,346	1,267	0,134	2,724	7,207
0,303	8,677	0,980	0,293	7,698	7,407	0,004	0,485
3,904	1,738	0,255	11,367	8,842	0,836	2,704	2,972
0,472	0,127	0,012	0,145	0,147	0,710	0,454	0,402
0,201	0,001	1,033	0,834	0,345	0,037	0,000	0,045
0,249	0,017	2,798	2,316	0,857	0,038	0,015	0,050
8,764	0,530	1,174	0,598	1,094	2,257	1,348	2,336
0,398	0,430	0,739	0,636	0,137	0,259	0,004	0,630
0,929	0,862	0,950	1,425	0,091	0,269	0,372	2,018
0,061	0,120	6,066	0,013	4,132	3,800	18,482	4,155
0,043	0,375	0,060	0,115	0,045	0,075	0,156	0,010
0,052	0,448	0,072	0,137	0,053	0,089	0,187	0,012
0,281	3,407	1,167	0,127	2,584	1,376	2,789	1,152
0,002	0,028	0,001	0,064	0,054	0,000	0,000	0,038
0,036	0,470	0,073	0,134	0,038	0,117	0,192	0,008
1,930	0,001	0,144	0,475	0,334	0,813	0,024	0,046
2,085	0,001	0,155	0,513	0,361	0,879	0,026	0,050
0,051	7,037	21,661	0,014	0,021	4,874	5,167	0,244
1,438	2,031	0,232	0,232	1,455	9,568	0,080	9,827
0,196	5,308	0,016	0,578	6,159	0,659	16,348	0,038
0,702	1,524	0,483	0,461	0,827	5,210	10,855	0,401
3,448	0,618	1,763	2,512	0,317	0,217	0,011	1,903
0,082	1,929	2,331	2,337	0,066	1,118	3,084	0,163
0,018	2,343	5,275	0,874	29,129	0,642	7,158	3,322
0,035	4,676	1,066	2,960	2,989	0,597	3,989	25,108
3,099	4,410	4,869	1,129	0,912	1,952	0,025	0,227
1,477	2,013	2,254	0,531	0,475	0,897	0,015	0,113
0,002	0,063	0,026	0,000	0,102	0,019	0,021	0,006
0,293	2,712	1,720	1,246	0,005	2,118	1,050	0,017
0,245	2,299	1,362	1,014	0,001	1,770	0,888	0,012
0,002	0,063	0,026	0,000	0,102	0,019	0,021	0,006
5,829	1,051	0,503	0,504	0,000	4,910	0,025	0,198
5,965	1,020	0,490	0,520	0,002	5,120	0,021	0,213
0,002	0,063	0,026	0,000	0,102	0,019	0,021	0,006
0,036	0,162	0,790	0,371	0,016	0,035	0,120	0,207
0,003	0,001	0,716	0,030	0,048	0,151	0,002	0,272
0,006	0,059	0,011	0,066	0,009	0,037	0,036	0,015
0,000	0,143	2,426	0,211	0,013	0,226	0,190	0,829
0,010	0,000	2,279	0,541	0,049	0,031	0,397	0,930
0,006	0,059	0,011	0,066	0,009	0,037	0,036	0,015
0,136	0,327	0,751	3,011	1,664	0,019	0,668	0,035
0,117	1,186	0,853	3,143	2,154	0,015	0,530	0,002

Annexe 4

0,006	0,059	0,011	0,066	0,009	0,037	0,036	0,015
0,518	0,077	0,542	0,004	0,239	0,120	1,573	0,179
0,197	0,161	0,067	0,096	0,021	0,001	0,181	0,120
0,006	0,059	0,011	0,066	0,009	0,037	0,036	0,015
0,044	1,475	1,147	0,423	0,000	2,355	0,568	2,177
0,221	4,286	0,343	2,872	4,616	0,534	0,790	10,140
0,176	5,392	1,046	1,761	1,291	1,091	0,007	9,120
1,171	0,631	11,247	0,398	3,600	23,792	0,365	0,584
0,458	0,539	3,154	5,026	0,047	0,229	1,892	0,730

F16	F17	F18	F19	F20	F21	F22	F23
0,876	0,325	1,557	3,246	0,396	0,328	0,942	0,365
0,007	0,645	3,781	5,358	0,417	0,913	2,517	1,217
10,532	0,737	3,327	0,893	1,614	1,839	7,846	0,307
7,881	1,739	2,150	7,117	0,482	1,281	9,072	8,545
1,133	0,552	0,750	0,330	0,048	8,293	0,014	1,451
2,517	0,475	0,000	1,231	0,364	4,578	0,577	0,092
2,968	0,689	0,170	1,899	0,023	6,191	0,022	0,210
2,259	0,360	1,087	0,031	0,440	1,404	2,682	3,638
0,659	0,861	0,067	0,185	0,536	1,467	0,021	0,132
7,079	3,147	3,386	0,051	0,342	0,837	2,710	0,629
0,565	0,002	2,850	0,000	0,035	0,426	2,773	0,127
0,016	3,101	1,402	1,729	1,658	0,594	3,541	0,037
0,020	0,487	0,027	0,174	0,080	0,000	0,128	0,003
0,042	0,128	0,744	0,063	0,005	0,023	0,007	0,130
0,089	0,272	2,221	0,111	0,117	0,192	0,020	0,199
0,383	1,166	0,035	1,246	22,897	3,145	0,008	3,727
0,020	0,022	1,788	0,493	0,011	0,001	0,038	0,542
0,059	0,050	6,221	0,559	0,153	0,026	0,154	1,867
0,071	13,419	18,194	5,828	3,743	3,195	0,745	5,251
0,014	0,000	0,211	0,010	0,105	0,095	0,000	0,045
0,017	0,000	0,252	0,012	0,126	0,114	0,000	0,054
1,762	0,059	0,060	0,123	1,058	4,934	0,265	0,088
0,043	0,004	0,191	0,000	0,000	0,083	0,031	0,057
0,021	0,000	0,283	0,014	0,081	0,093	0,002	0,030
2,062	1,007	0,011	0,517	1,543	3,560	0,431	0,028
2,228	1,088	0,012	0,559	1,668	3,847	0,465	0,030
0,004	2,240	1,092	1,691	10,868	5,349	0,328	4,774
4,769	1,221	2,979	6,221	1,248	6,375	0,002	11,147
24,060	14,185	0,669	0,766	1,486	0,006	1,218	0,240
6,280	0,236	0,669	0,689	5,295	0,126	0,580	1,204
0,008	1,067	4,362	2,454	1,679	4,286	12,754	0,643
2,459	0,001	0,027	0,696	4,980	1,917	6,542	12,795
0,223	0,206	17,309	0,048	1,734	3,995	1,133	0,647
0,003	5,668	2,593	7,661	1,064	18,796	13,056	1,368

Annexe 4

0,507	1,213	1,754	9,988	1,334	0,479	3,804	12,423
0,240	0,564	0,852	4,714	0,643	0,258	1,835	5,967
0,000	0,004	0,014	0,001	0,006	0,102	0,018	0,035
0,253	0,269	0,097	0,096	1,528	0,175	6,738	5,424
0,207	0,227	0,072	0,080	1,267	0,171	5,434	4,342
0,000	0,004	0,014	0,001	0,006	0,102	0,018	0,035
0,159	0,201	1,646	0,018	0,821	0,259	1,048	1,376
0,163	0,200	1,655	0,019	0,828	0,229	1,110	1,467
0,000	0,004	0,014	0,001	0,006	0,102	0,018	0,035
0,120	0,063	0,190	0,015	0,017	0,827	0,025	0,141
0,268	0,011	0,481	0,003	0,000	0,273	0,002	0,058
0,037	0,061	0,076	0,015	0,010	0,029	0,019	0,003
0,459	0,022	0,199	1,117	0,852	0,483	0,024	0,277
0,715	0,034	0,002	0,601	0,470	0,696	0,002	0,159
0,037	0,061	0,076	0,015	0,010	0,029	0,019	0,003
0,252	0,897	0,048	1,191	0,428	0,043	0,069	1,495
0,109	0,646	0,023	2,418	0,947	0,275	0,293	2,098
0,037	0,061	0,076	0,015	0,010	0,029	0,019	0,003
0,796	0,807	0,596	0,118	0,016	0,163	0,552	0,891
0,058	0,515	0,008	0,002	0,002	0,000	0,051	0,281
0,037	0,061	0,076	0,015	0,010	0,029	0,019	0,003
1,073	1,159	1,025	0,581	5,718	1,244	0,383	1,237
0,001	0,027	0,114	0,018	0,145	0,642	0,347	0,171
0,158	0,000	0,012	0,072	2,093	1,004	1,229	0,217
0,701	3,971	0,146	18,942	10,683	1,491	0,010	0,093
12,484	33,762	10,257	7,940	5,858	2,555	6,292	0,152

F24	F25	F26	F27	F28	F29	F30	F31
0,069	0,057	3,238	2,459	0,027	1,670	0,034	0,496
1,194	0,481	3,533	5,816	0,070	6,504	0,015	1,158
2,899	0,662	2,289	0,027	0,289	6,702	0,295	0,847
4,950	1,391	2,114	2,619	1,438	1,102	3,455	0,624
0,199	11,261	0,681	0,005	0,221	7,160	6,138	0,050
5,374	0,147	9,401	0,412	0,006	0,195	0,876	1,192
6,631	1,035	5,067	1,786	2,088	9,597	0,014	0,084
2,555	5,203	7,059	0,160	2,211	3,319	0,101	7,361
0,057	4,740	0,000	0,047	0,353	7,150	1,753	2,007
1,382	11,947	2,623	0,101	0,245	2,017	0,793	4,641
8,723	2,560	1,301	4,638	2,487	1,464	8,701	3,739
13,555	0,683	6,521	5,138	0,002	0,012	0,222	0,170
0,102	0,062	1,397	1,264	0,151	0,008	0,370	0,279
0,517	0,342	1,336	0,244	1,058	0,042	0,047	0,323
1,544	1,592	3,115	0,940	3,749	0,228	0,134	1,519
0,022	6,202	7,061	1,240	2,065	1,548	0,022	6,143
0,310	0,480	0,759	0,060	2,666	0,742	0,134	0,207

Annexe 4

0,831	1,249	1,682	0,117	5,418	1,017	0,226	0,384
0,526	0,590	0,004	0,027	0,539	4,864	0,298	0,196
0,031	0,204	0,008	0,036	0,012	0,172	0,118	0,412
0,037	0,244	0,009	0,043	0,014	0,205	0,141	0,492
1,009	3,614	2,651	0,000	0,311	4,102	2,255	8,987
0,016	0,001	0,101	0,072	0,058	0,005	0,001	0,002
0,020	0,239	0,012	0,082	0,010	0,230	0,144	0,603
0,949	2,966	6,442	1,587	1,306	0,923	2,830	6,448
1,025	3,205	6,961	1,715	1,411	0,997	3,058	6,968
0,051	1,534	1,083	0,005	1,110	0,881	13,217	3,165
0,619	4,181	0,347	2,977	1,565	0,021	2,320	0,018
15,869	0,332	2,056	2,301	0,013	0,056	1,188	0,003
0,205	5,444	2,352	1,176	0,920	2,794	1,853	0,016
4,762	2,137	0,113	5,213	1,678	6,151	2,469	0,877
7,121	0,006	1,552	3,217	2,427	0,439	0,030	2,737
0,469	0,001	2,723	14,839	1,433	0,564	1,202	0,386
1,244	0,000	1,001	0,485	1,176	0,226	0,087	0,463
0,621	1,035	0,292	0,398	0,062	4,270	0,002	0,064
0,326	0,519	0,160	0,195	0,022	1,977	0,001	0,023
0,084	0,042	0,077	0,005	0,055	0,022	0,000	0,054
0,429	0,525	0,502	0,098	4,106	0,137	3,471	3,339
0,390	0,459	0,371	0,085	3,257	0,101	2,839	2,813
0,084	0,042	0,077	0,005	0,055	0,022	0,000	0,054
0,001	0,077	0,201	4,322	6,683	0,456	0,237	1,364
0,000	0,093	0,237	4,478	6,725	0,445	0,243	1,467
0,084	0,042	0,077	0,005	0,055	0,022	0,000	0,054
0,488	0,160	0,597	0,186	0,397	0,409	1,029	0,008
0,545	0,123	0,701	0,387	0,067	0,144	0,608	0,000
0,020	0,001	0,030	0,049	0,041	0,012	0,001	0,002
0,071	0,287	0,419	0,002	1,962	0,002	9,741	3,140
0,003	0,252	0,123	0,102	0,957	0,011	7,837	2,629
0,020	0,001	0,030	0,049	0,041	0,012	0,001	0,002
0,964	1,286	1,555	0,202	5,856	5,934	1,745	0,708
1,021	2,108	1,673	0,049	11,128	8,260	2,566	0,972
0,020	0,001	0,030	0,049	0,041	0,012	0,001	0,002
3,651	2,999	0,000	3,004	0,149	2,760	0,592	1,105
1,237	0,716	0,033	0,400	0,170	0,911	0,177	0,233
0,020	0,001	0,030	0,049	0,041	0,012	0,001	0,002
0,404	0,382	0,008	0,688	10,086	0,016	7,876	8,605
3,971	4,338	1,828	19,049	8,412	0,156	0,990	0,052
0,539	0,713	0,456	4,846	0,173	0,098	2,681	5,649
0,056	5,682	3,541	0,449	0,822	0,282	1,128	4,365
0,086	3,324	0,362	0,002	0,110	0,411	1,689	0,304

F32	F33	F34	F35	F36	F37	F38
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Annexe 4

0,540	3,988	1,217	0,780	0,423	0,018	0,000
0,032	5,481	1,235	0,546	0,745	0,032	0,000
4,655	4,750	6,522	2,785	0,053	0,001	0,000
4,290	1,105	2,668	0,165	0,049	0,000	0,000
3,116	2,159	2,991	1,356	0,014	0,000	0,000
0,020	1,714	0,011	0,000	0,030	0,014	0,001
0,216	1,390	3,865	1,377	0,257	0,007	0,002
1,970	6,197	0,599	0,164	0,250	0,024	0,000
17,194	4,659	7,576	0,762	0,262	0,001	0,000
5,694	0,634	3,302	0,015	0,000	0,000	0,000
3,992	1,565	4,498	0,133	0,249	0,008	0,001
3,832	0,423	5,206	1,650	0,327	0,008	0,009
0,617	0,307	1,795	0,084	0,004	0,000	0,000
0,002	0,015	0,095	0,010	12,761	0,008	0,006
0,085	0,019	0,296	0,049	38,219	0,027	0,017
4,897	0,618	0,005	0,209	0,418	0,003	0,000
0,027	0,126	0,000	0,857	13,087	0,005	0,003
0,129	0,248	0,000	1,847	27,265	0,037	0,005
0,903	0,049	0,003	0,009	1,190	0,545	0,009
0,160	0,079	0,035	0,013	0,002	16,638	18,698
0,192	0,094	0,042	0,016	0,003	19,882	22,344
4,802	0,851	1,239	0,278	0,296	8,228	0,727
0,024	0,000	0,014	0,002	0,013	14,256	25,861
0,190	0,068	0,033	0,011	0,073	10,415	31,826
0,217	0,811	1,222	2,041	0,001	0,009	0,001
0,235	0,876	1,320	2,205	0,001	0,010	0,001
1,801	0,820	0,001	1,436	0,020	0,008	0,000
0,000	1,804	2,952	0,023	0,001	0,000	0,000
1,779	0,021	0,851	0,784	0,052	0,000	0,000
0,323	4,658	0,069	2,897	0,036	0,021	0,000
0,007	0,636	0,000	2,731	0,295	0,007	0,000
0,898	0,799	0,711	0,013	0,176	0,016	0,001
0,308	1,060	0,004	0,461	0,131	0,000	0,000
0,310	0,202	0,274	0,160	0,217	0,001	0,000
4,908	0,002	0,498	0,039	0,110	0,005	0,001
2,295	0,004	0,230	0,018	0,047	0,002	0,001
0,008	0,071	0,004	0,000	0,012	0,000	0,000
2,691	0,165	3,371	2,044	0,121	0,010	0,000
2,169	0,114	2,731	1,667	0,092	0,008	0,000
0,008	0,071	0,004	0,000	0,012	0,000	0,000
2,898	0,071	4,946	0,097	0,003	0,001	0,001
2,944	0,057	5,053	0,100	0,005	0,002	0,001
0,008	0,071	0,004	0,000	0,012	0,000	0,000
0,353	3,550	13,004	19,127	0,608	1,571	0,031
0,142	2,777	7,695	12,977	0,204	2,003	0,027
0,007	0,014	0,013	0,003	0,021	3,854	0,062

Annexe 4

0,109	2,940	0,014	15,673	0,012	1,825	0,031
0,158	2,775	0,002	11,738	0,078	1,760	0,027
0,007	0,014	0,013	0,003	0,021	3,854	0,062
2,698	0,029	0,516	1,756	0,264	2,211	0,037
3,705	0,001	1,145	2,460	0,746	1,356	0,020
0,007	0,014	0,013	0,003	0,021	3,854	0,062
3,772	30,117	4,160	0,778	0,001	0,581	0,026
1,136	6,932	1,313	0,255	0,019	2,995	0,035
0,007	0,014	0,013	0,003	0,021	3,854	0,062
3,759	0,353	1,974	3,171	0,322	0,010	0,002
0,021	0,226	2,266	0,006	0,067	0,001	0,001
1,545	0,682	0,004	1,772	0,047	0,007	0,000
1,064	0,656	0,235	0,231	0,200	0,001	0,000
0,124	0,056	0,133	0,209	0,018	0,000	0,000

Tableau 122. Cosinus carrés (Variables) « FEP »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
Âge-1	0,003	0,003	0,076	0,030	0,185	0,000	0,001
Âge-2	0,003	0,002	0,075	0,016	0,163	0,017	0,005
Âge-3	0,000	0,000	0,001	0,012	0,086	0,171	0,012
Âge-4	0,001	0,001	0,000	0,010	0,095	0,001	0,148
E mati-1	0,004	0,000	0,039	0,087	0,058	0,016	0,000
E mati-2	0,009	0,005	0,000	0,001	0,168	0,002	0,108
E mati-3	0,005	0,004	0,073	0,004	0,004	0,017	0,196
E mati-4	0,000	0,035	0,018	0,017	0,146	0,018	0,005
E mati-5	0,003	0,001	0,010	0,009	0,125	0,236	0,000
N Instruction-2	0,007	0,001	0,004	0,056	0,003	0,038	0,002
N Instruction-3	0,001	0,003	0,014	0,068	0,127	0,005	0,105
N Instruction-4	0,016	0,007	0,013	0,036	0,019	0,044	0,051
N Instruction-5	0,020	0,001	0,021	0,142	0,095	0,005	0,132
D création-1	0,354	0,000	0,029	0,119	0,009	0,018	0,042
D création-2	0,351	0,000	0,029	0,123	0,003	0,020	0,061
D création-3	0,001	0,000	0,000	0,003	0,133	0,006	0,144
S préféré-1	0,272	0,000	0,055	0,126	0,005	0,060	0,021
S préféré-2	0,268	0,000	0,048	0,123	0,005	0,057	0,015
S préféré-3	0,002	0,000	0,012	0,002	0,000	0,003	0,024
Idée-1	0,881	0,006	0,005	0,006	0,013	0,001	0,026
Idée-2	0,881	0,006	0,005	0,006	0,013	0,001	0,026
D démarches-1	0,008	0,001	0,000	0,020	0,178	0,013	0,351
D démarches-2	0,938	0,008	0,003	0,019	0,002	0,000	0,003
D démarches-3	0,884	0,006	0,004	0,007	0,013	0,001	0,026
Module-1	0,115	0,000	0,042	0,147	0,012	0,036	0,010
Module-2	0,115	0,000	0,042	0,147	0,012	0,036	0,010
FFMF-1	0,024	0,000	0,028	0,022	0,001	0,001	0,002
FFMF-2	0,005	0,022	0,042	0,010	0,030	0,011	0,034
FFMF-3	0,016	0,001	0,000	0,001	0,011	0,010	0,002
FFMF-4	0,001	0,000	0,001	0,020	0,092	0,091	0,073
FFMF-5	0,000	0,005	0,000	0,087	0,014	0,125	0,097
FFMF-6	0,000	0,005	0,000	0,138	0,095	0,008	0,037

Annexe 4

FFMF-7	0,004	0,000	0,002	0,001	0,001	0,010	0,018
FFMF-8	0,001	0,000	0,010	0,010	0,007	0,006	0,001
B Formation-1	0,001	0,002	0,005	0,018	0,012	0,134	0,001
B Formation-2	0,003	0,015	0,004	0,018	0,011	0,129	0,001
B Formation-3	0,030	0,959	0,002	0,000	0,000	0,001	0,000
B Financier-1	0,059	0,001	0,002	0,192	0,001	0,099	0,008
B Financier-2	0,045	0,018	0,003	0,192	0,001	0,095	0,008
B Financier-3	0,030	0,959	0,002	0,000	0,000	0,001	0,000
B Conseils-1	0,001	0,010	0,051	0,043	0,002	0,209	0,005
B Conseils-2	0,000	0,004	0,055	0,043	0,002	0,214	0,005
B Conseils-3	0,030	0,959	0,002	0,000	0,000	0,001	0,000
Aide Fin-1	0,244	0,001	0,337	0,111	0,020	0,005	0,005
Aide Fin-2	0,382	0,005	0,342	0,022	0,028	0,003	0,000
Aide Fin-3	0,948	0,008	0,006	0,018	0,002	0,000	0,004
Aide Idée-1	0,279	0,001	0,248	0,076	0,025	0,016	0,021
Aide Idée-2	0,340	0,004	0,293	0,012	0,036	0,011	0,004
Aide Idée-3	0,948	0,008	0,006	0,018	0,002	0,000	0,004
Aide Psycho-1	0,441	0,002	0,165	0,003	0,000	0,000	0,002
Aide Psycho-2	0,195	0,003	0,317	0,010	0,003	0,000	0,000
Aide Psycho-3	0,948	0,008	0,006	0,018	0,002	0,000	0,004
Aide CS-1	0,114	0,000	0,356	0,087	0,025	0,013	0,000
Aide CS-2	0,604	0,008	0,199	0,002	0,020	0,004	0,004
Aide CS-3	0,948	0,008	0,006	0,018	0,002	0,000	0,004
PAE-1	0,020	0,004	0,148	0,218	0,001	0,021	0,008
PAE-2	0,008	0,001	0,029	0,115	0,014	0,111	0,007
PAE-3	0,046	0,006	0,039	0,027	0,019	0,028	0,025
PAE-4	0,000	0,000	0,006	0,008	0,017	0,006	0,012
PAE-5	0,010	0,000	0,000	0,005	0,003	0,007	0,000

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15
0,013	0,155	0,014	0,007	0,036	0,012	0,000	0,020
0,066	0,100	0,003	0,000	0,057	0,019	0,002	0,016
0,183	0,014	0,010	0,045	0,004	0,001	0,010	0,001
0,005	0,080	0,048	0,006	0,025	0,043	0,015	0,001
0,000	0,060	0,031	0,202	0,000	0,029	0,074	0,043

Annexe 4

0,100	0,011	0,001	0,003	0,014	0,022	0,044	0,001
0,038	0,053	0,014	0,010	0,078	0,042	0,030	0,010
0,134	0,048	0,087	0,008	0,033	0,006	0,016	0,034
0,251	0,010	0,003	0,023	0,002	0,002	0,005	0,023
0,063	0,011	0,002	0,293	0,015	0,001	0,030	0,079
0,004	0,119	0,013	0,004	0,092	0,085	0,000	0,005
0,057	0,025	0,003	0,147	0,110	0,010	0,032	0,035
0,049	0,013	0,001	0,013	0,013	0,060	0,038	0,033
0,011	0,000	0,052	0,040	0,016	0,002	0,000	0,002
0,004	0,000	0,046	0,037	0,013	0,001	0,000	0,001
0,118	0,007	0,015	0,007	0,013	0,025	0,015	0,025
0,017	0,018	0,029	0,024	0,005	0,009	0,000	0,021
0,018	0,016	0,017	0,025	0,002	0,004	0,006	0,032
0,001	0,002	0,076	0,000	0,048	0,042	0,203	0,045
0,001	0,011	0,002	0,003	0,001	0,002	0,004	0,000
0,001	0,011	0,002	0,003	0,001	0,002	0,004	0,000
0,004	0,046	0,015	0,002	0,031	0,016	0,032	0,013
0,000	0,001	0,000	0,002	0,001	0,000	0,000	0,001
0,001	0,011	0,002	0,003	0,001	0,002	0,004	0,000
0,054	0,000	0,004	0,012	0,008	0,019	0,001	0,001
0,054	0,000	0,004	0,012	0,008	0,019	0,001	0,001
0,001	0,098	0,289	0,000	0,000	0,058	0,060	0,003
0,024	0,032	0,004	0,003	0,020	0,128	0,001	0,129
0,003	0,070	0,000	0,007	0,071	0,007	0,180	0,000
0,013	0,028	0,008	0,008	0,013	0,081	0,167	0,006
0,057	0,010	0,027	0,036	0,004	0,003	0,000	0,025
0,002	0,035	0,040	0,038	0,001	0,017	0,046	0,002
0,000	0,031	0,066	0,010	0,335	0,007	0,078	0,036
0,000	0,062	0,013	0,036	0,035	0,007	0,044	0,273
0,061	0,085	0,089	0,020	0,015	0,032	0,000	0,004
0,061	0,081	0,086	0,019	0,017	0,030	0,001	0,004
0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000
0,007	0,064	0,039	0,027	0,000	0,042	0,021	0,000
0,007	0,066	0,037	0,027	0,000	0,043	0,021	0,000
0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000
0,158	0,028	0,013	0,012	0,000	0,109	0,001	0,004
0,158	0,026	0,012	0,012	0,000	0,111	0,000	0,005
0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000
0,001	0,003	0,012	0,006	0,000	0,000	0,002	0,003
0,000	0,000	0,013	0,001	0,001	0,002	0,000	0,004
0,000	0,001	0,000	0,002	0,000	0,001	0,001	0,000
0,000	0,002	0,039	0,003	0,000	0,003	0,003	0,012
0,000	0,000	0,040	0,009	0,001	0,000	0,006	0,014
0,000	0,001	0,000	0,002	0,000	0,001	0,001	0,000
0,003	0,006	0,014	0,053	0,028	0,000	0,011	0,001
0,002	0,019	0,013	0,047	0,031	0,000	0,007	0,000

Annexe 4

0,000	0,001	0,000	0,002	0,000	0,001	0,001	0,000
0,008	0,001	0,008	0,000	0,003	0,001	0,019	0,002
0,005	0,004	0,001	0,002	0,000	0,000	0,003	0,002
0,000	0,001	0,000	0,002	0,000	0,001	0,001	0,000
0,001	0,026	0,019	0,007	0,000	0,035	0,008	0,032
0,004	0,070	0,005	0,043	0,066	0,007	0,011	0,137
0,005	0,147	0,027	0,044	0,031	0,025	0,000	0,205
0,016	0,008	0,141	0,005	0,041	0,263	0,004	0,006
0,006	0,007	0,040	0,060	0,001	0,003	0,021	0,008

F16	F17	F18	F19	F20	F21	F22	F23
0,025	0,009	0,042	0,086	0,010	0,008	0,022	0,008
0,000	0,010	0,057	0,078	0,006	0,012	0,032	0,015
0,111	0,008	0,034	0,009	0,015	0,017	0,068	0,003
0,082	0,018	0,021	0,069	0,004	0,011	0,077	0,070
0,013	0,006	0,008	0,003	0,000	0,079	0,000	0,013
0,058	0,011	0,000	0,027	0,007	0,092	0,011	0,002
0,039	0,009	0,002	0,024	0,000	0,071	0,000	0,002
0,027	0,004	0,013	0,000	0,005	0,015	0,027	0,035
0,007	0,009	0,001	0,002	0,005	0,013	0,000	0,001
0,074	0,032	0,034	0,000	0,003	0,008	0,023	0,005
0,006	0,000	0,030	0,000	0,000	0,004	0,025	0,001
0,000	0,034	0,015	0,018	0,016	0,006	0,033	0,000
0,002	0,038	0,002	0,013	0,006	0,000	0,008	0,000
0,002	0,005	0,030	0,002	0,000	0,001	0,000	0,004
0,001	0,004	0,029	0,001	0,001	0,002	0,000	0,002
0,004	0,012	0,000	0,012	0,207	0,028	0,000	0,031
0,001	0,001	0,056	0,015	0,000	0,000	0,001	0,014
0,001	0,001	0,090	0,008	0,002	0,000	0,002	0,022
0,001	0,136	0,182	0,057	0,034	0,029	0,006	0,043
0,000	0,000	0,005	0,000	0,002	0,002	0,000	0,001
0,000	0,000	0,005	0,000	0,002	0,002	0,000	0,001
0,019	0,001	0,001	0,001	0,010	0,045	0,002	0,001
0,001	0,000	0,004	0,000	0,000	0,002	0,001	0,001
0,000	0,000	0,005	0,000	0,001	0,002	0,000	0,000
0,044	0,021	0,000	0,010	0,029	0,066	0,008	0,000
0,044	0,021	0,000	0,010	0,029	0,066	0,008	0,000
0,000	0,024	0,012	0,017	0,105	0,051	0,003	0,042
0,060	0,015	0,036	0,073	0,014	0,069	0,000	0,111
0,250	0,144	0,007	0,007	0,014	0,000	0,010	0,002
0,091	0,003	0,009	0,009	0,067	0,002	0,007	0,014
0,000	0,013	0,053	0,029	0,018	0,046	0,131	0,006
0,035	0,000	0,000	0,009	0,062	0,023	0,076	0,143
0,002	0,002	0,172	0,000	0,016	0,036	0,010	0,005
0,000	0,058	0,026	0,075	0,010	0,168	0,111	0,011

Annexe 4

0,008	0,018	0,026	0,142	0,018	0,006	0,047	0,149
0,008	0,017	0,026	0,140	0,018	0,007	0,048	0,150
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
0,005	0,005	0,002	0,002	0,025	0,003	0,103	0,080
0,005	0,005	0,002	0,002	0,025	0,003	0,102	0,078
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
0,003	0,004	0,033	0,000	0,015	0,005	0,018	0,023
0,003	0,004	0,032	0,000	0,015	0,004	0,018	0,023
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
0,002	0,001	0,002	0,000	0,000	0,009	0,000	0,001
0,004	0,000	0,007	0,000	0,000	0,004	0,000	0,001
0,001	0,001	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
0,006	0,000	0,003	0,014	0,010	0,006	0,000	0,003
0,010	0,000	0,000	0,008	0,006	0,009	0,000	0,002
0,001	0,001	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
0,004	0,013	0,001	0,017	0,006	0,001	0,001	0,018
0,001	0,008	0,000	0,029	0,011	0,003	0,003	0,021
0,001	0,001	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
0,009	0,009	0,007	0,001	0,000	0,002	0,005	0,008
0,001	0,009	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,004
0,001	0,001	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
0,015	0,016	0,014	0,008	0,070	0,015	0,004	0,014
0,000	0,000	0,001	0,000	0,002	0,007	0,004	0,002
0,003	0,000	0,000	0,001	0,039	0,019	0,022	0,004
0,007	0,040	0,001	0,184	0,097	0,013	0,000	0,001
0,130	0,343	0,103	0,077	0,053	0,023	0,054	0,001

F24	F25	F26	F27	F28	F29	F30	F31
0,001	0,001	0,063	0,047	0,000	0,028	0,001	0,008
0,014	0,005	0,038	0,061	0,001	0,060	0,000	0,010
0,023	0,005	0,017	0,000	0,002	0,042	0,002	0,005
0,039	0,010	0,015	0,018	0,009	0,007	0,020	0,004
0,002	0,090	0,005	0,000	0,002	0,047	0,039	0,000
0,095	0,002	0,152	0,006	0,000	0,003	0,012	0,015
0,067	0,010	0,047	0,016	0,018	0,076	0,000	0,001
0,024	0,045	0,059	0,001	0,017	0,024	0,001	0,049
0,000	0,036	0,000	0,000	0,002	0,044	0,010	0,011
0,011	0,090	0,019	0,001	0,002	0,012	0,005	0,027
0,072	0,020	0,010	0,034	0,017	0,009	0,053	0,022
0,116	0,006	0,051	0,039	0,000	0,000	0,001	0,001
0,006	0,004	0,077	0,068	0,008	0,000	0,017	0,012
0,016	0,010	0,039	0,007	0,028	0,001	0,001	0,007
0,016	0,016	0,030	0,009	0,032	0,002	0,001	0,011
0,000	0,046	0,051	0,009	0,014	0,009	0,000	0,035
0,008	0,011	0,017	0,001	0,055	0,014	0,002	0,004

Annexe 4

0,010	0,014	0,018	0,001	0,051	0,009	0,002	0,003
0,004	0,004	0,000	0,000	0,004	0,030	0,002	0,001
0,001	0,003	0,000	0,001	0,000	0,002	0,002	0,005
0,001	0,003	0,000	0,001	0,000	0,002	0,002	0,005
0,008	0,028	0,020	0,000	0,002	0,026	0,014	0,053
0,000	0,000	0,001	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000
0,000	0,003	0,000	0,001	0,000	0,003	0,002	0,006
0,016	0,046	0,096	0,023	0,018	0,012	0,035	0,076
0,016	0,046	0,096	0,023	0,018	0,012	0,035	0,076
0,000	0,012	0,008	0,000	0,008	0,006	0,083	0,019
0,006	0,038	0,003	0,025	0,012	0,000	0,017	0,000
0,126	0,002	0,015	0,016	0,000	0,000	0,007	0,000
0,002	0,057	0,024	0,011	0,008	0,024	0,015	0,000
0,046	0,019	0,001	0,044	0,013	0,046	0,018	0,006
0,077	0,000	0,015	0,031	0,022	0,004	0,000	0,021
0,004	0,000	0,020	0,103	0,009	0,003	0,007	0,002
0,010	0,000	0,007	0,003	0,008	0,001	0,001	0,003
0,007	0,011	0,003	0,004	0,001	0,038	0,000	0,001
0,008	0,012	0,004	0,004	0,000	0,037	0,000	0,000
0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,006	0,007	0,007	0,001	0,048	0,002	0,037	0,034
0,007	0,008	0,006	0,001	0,047	0,001	0,037	0,035
0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,000	0,001	0,003	0,060	0,088	0,006	0,003	0,016
0,000	0,001	0,003	0,061	0,086	0,005	0,003	0,016
0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,005	0,002	0,005	0,002	0,003	0,003	0,008	0,000
0,006	0,001	0,007	0,004	0,001	0,001	0,005	0,000
0,000	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000
0,001	0,003	0,004	0,000	0,017	0,000	0,074	0,023
0,000	0,003	0,001	0,001	0,009	0,000	0,065	0,021
0,000	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000
0,011	0,014	0,016	0,002	0,056	0,053	0,015	0,006
0,010	0,020	0,015	0,000	0,091	0,063	0,019	0,007
0,000	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000
0,032	0,025	0,000	0,023	0,001	0,019	0,004	0,007
0,017	0,009	0,000	0,005	0,002	0,010	0,002	0,002
0,000	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000
0,004	0,004	0,000	0,007	0,090	0,000	0,063	0,067
0,039	0,041	0,016	0,166	0,069	0,001	0,007	0,000
0,009	0,011	0,007	0,070	0,002	0,001	0,033	0,067
0,000	0,043	0,026	0,003	0,005	0,002	0,007	0,025
0,001	0,025	0,003	0,000	0,001	0,003	0,010	0,002

F32	F33	F34	F35	F36	F37	F38
------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Annexe 4

0,008	0,052	0,015	0,009	0,003	0,000	0,000
0,000	0,040	0,009	0,004	0,003	0,000	0,000
0,025	0,023	0,031	0,012	0,000	0,000	0,000
0,023	0,005	0,012	0,001	0,000	0,000	0,000
0,018	0,011	0,015	0,006	0,000	0,000	0,000
0,000	0,019	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,001	0,009	0,023	0,008	0,001	0,000	0,000
0,012	0,035	0,003	0,001	0,001	0,000	0,000
0,092	0,023	0,035	0,003	0,001	0,000	0,000
0,030	0,003	0,015	0,000	0,000	0,000	0,000
0,022	0,008	0,022	0,001	0,001	0,000	0,000
0,022	0,002	0,026	0,008	0,001	0,000	0,000
0,025	0,011	0,064	0,003	0,000	0,000	0,000
0,000	0,000	0,002	0,000	0,151	0,000	0,000
0,001	0,000	0,002	0,000	0,149	0,000	0,000
0,026	0,003	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000
0,000	0,002	0,000	0,012	0,122	0,000	0,000
0,001	0,002	0,000	0,012	0,117	0,000	0,000
0,005	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000
0,002	0,001	0,000	0,000	0,000	0,010	0,002
0,002	0,001	0,000	0,000	0,000	0,010	0,002
0,026	0,004	0,006	0,001	0,001	0,002	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,008	0,002
0,002	0,001	0,000	0,000	0,000	0,005	0,002
0,002	0,008	0,012	0,018	0,000	0,000	0,000
0,002	0,008	0,012	0,018	0,000	0,000	0,000
0,010	0,004	0,000	0,007	0,000	0,000	0,000
0,000	0,011	0,017	0,000	0,000	0,000	0,000
0,010	0,000	0,004	0,003	0,000	0,000	0,000
0,002	0,032	0,000	0,018	0,000	0,000	0,000
0,000	0,004	0,000	0,014	0,001	0,000	0,000
0,007	0,005	0,005	0,000	0,001	0,000	0,000
0,002	0,005	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000
0,002	0,001	0,001	0,001	0,001	0,000	0,000
0,038	0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000
0,037	0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,026	0,001	0,028	0,016	0,001	0,000	0,000
0,025	0,001	0,028	0,016	0,001	0,000	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,031	0,001	0,046	0,001	0,000	0,000	0,000
0,031	0,001	0,046	0,001	0,000	0,000	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,002	0,022	0,075	0,104	0,002	0,001	0,000
0,001	0,020	0,052	0,082	0,001	0,001	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000

| *Annexe 4*

0,001	0,018	0,000	0,088	0,000	0,001	0,000
0,001	0,019	0,000	0,072	0,000	0,001	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
0,021	0,000	0,003	0,011	0,001	0,001	0,000
0,025	0,000	0,007	0,013	0,003	0,000	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
0,022	0,162	0,021	0,004	0,000	0,000	0,000
0,010	0,057	0,010	0,002	0,000	0,001	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
0,027	0,002	0,012	0,019	0,001	0,000	0,000
0,000	0,001	0,013	0,000	0,000	0,000	0,000
0,017	0,007	0,000	0,016	0,000	0,000	0,000
0,006	0,003	0,001	0,001	0,001	0,000	0,000
0,001	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000

Tableau 123. Valeurs test (Variables) « FEP »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
Âge-1	1,104	1,126	5,761	-3,636	8,993	0,030	-0,744
Âge-2	-1,171	-0,940	-5,739	2,643	-8,441	-2,729	1,479
Âge-3	-0,211	-0,382	-0,578	2,296	-6,128	8,652	2,276
Âge-4	0,633	-0,524	0,278	2,131	6,448	0,630	-8,062
E matri-1	-1,306	-0,322	-4,110	6,180	-5,043	-2,648	0,113
E matri-2	1,944	-1,422	-0,270	-0,537	8,570	-0,896	-6,864
E matri-3	-1,511	-1,243	5,670	-1,280	1,260	2,722	9,256
E matri-4	-0,332	3,888	-2,831	-2,715	-8,009	-2,813	-1,452
E matri-5	1,153	-0,604	-2,077	2,025	-7,393	10,168	0,390
N Instruction-2	1,803	-0,685	-1,332	4,957	-1,209	4,098	0,928
N Instruction-3	0,579	-1,075	2,465	5,451	7,456	1,488	-6,774
N Instruction-4	2,683	1,737	2,371	3,996	2,877	-4,376	-4,744
N Instruction-5	-2,994	-0,537	-3,001	-7,880	-6,460	1,421	7,611
D création-1	-	0,277	3,574	-7,206	1,944	2,813	-4,267
D création-2	12,445	-0,250	-3,566	7,350	-1,107	-2,994	5,158
D création-3	0,804	-0,256	-0,171	-1,099	-7,620	1,553	-7,933
S préféré-1	-	0,121	4,917	-7,441	1,460	5,125	-3,050
S préféré-2	10,921	-0,084	-4,597	7,331	-1,466	-4,985	2,586
S préféré-3	0,870	-0,259	-2,337	0,957	0,004	-1,102	3,275
Idée-1	-	1,641	-1,490	1,610	-2,428	0,619	-3,368
Idée-2	19,639	-1,641	1,490	-1,610	2,428	-0,619	3,368
D démarches-1	1,856	-0,742	-0,303	-2,953	-8,828	2,368	-
D démarches-2	-	1,904	-1,177	2,848	0,824	-0,375	1,147
D démarches-3	20,274	-1,641	1,293	-1,783	2,394	-0,488	3,375
Module-1	-7,107	0,355	4,265	-8,029	-2,268	-3,965	-2,055
Module-2	7,107	-0,355	-4,265	8,029	2,268	3,965	2,055
FFMF-1	-3,267	-0,313	3,522	-3,124	0,589	0,783	0,875
FFMF-2	1,412	3,123	-4,269	2,041	-3,624	2,220	3,839
FFMF-3	2,646	-0,665	0,423	0,503	2,208	-2,134	1,026
FFMF-4	0,506	0,383	0,636	-2,966	-6,346	-6,303	-5,672
FFMF-5	-0,001	-1,467	0,369	-6,188	2,435	7,403	6,531

Annexe 4

FFMF-6	-0,239	-1,483	0,158	7,776	6,438	-1,898	-4,037
FFMF-7	-1,266	0,097	0,903	0,616	-0,603	-2,077	2,830
FFMF-8	-0,508	-0,131	2,113	2,098	1,735	1,587	-0,575
B Formation-1	0,524	-1,028	-1,460	-2,844	-2,304	-7,664	0,699
B Formation-2	-1,162	-2,580	1,284	2,833	2,215	7,507	-0,689
B Formation-3	3,644	20,494	0,953	-0,025	0,431	0,652	-0,035
B Financier-1	-5,072	-0,563	0,991	-9,179	0,731	-6,571	1,918
B Financier-2	4,462	-2,830	-1,148	9,171	-0,801	6,454	-1,910
B Financier-3	3,644	20,494	0,953	-0,025	0,431	0,652	-0,035
B Conseils-1	-0,475	-2,056	4,739	4,342	0,893	9,563	-1,462
B Conseils-2	-0,125	-1,321	-4,896	-4,339	-0,965	-9,672	1,468
B Conseils-3	3,644	20,494	0,953	-0,025	0,431	0,652	-0,035
Aide Fin-1	- 10,340	0,636	12,157	6,987	-2,940	-1,531	1,502
Aide Fin-2	- 12,938	1,498	- 12,244	-3,078	3,487	1,081	0,103
Aide Fin-3	20,377	-1,906	1,555	-2,786	-0,865	0,232	-1,310
Aide Idée-1	- 11,054	0,773	10,432	5,780	-3,285	-2,671	3,052
Aide Idée-2	- 12,199	1,382	- 11,336	-2,271	3,982	2,210	-1,377
Aide Idée-3	20,377	-1,906	1,555	-2,786	-0,865	0,232	-1,310
Aide Psycho-1	- 13,900	1,002	8,512	1,151	0,002	-0,345	1,025
Aide Psycho-2	-9,241	1,209	- 11,781	2,130	1,073	0,111	0,442
Aide Psycho-3	20,377	-1,906	1,555	-2,786	-0,865	0,232	-1,310
Aide CS-1	-7,078	0,163	12,483	6,167	-3,313	-2,397	0,021
Aide CS-2	- 16,265	1,831	-9,337	-1,009	2,937	1,254	1,315
Aide CS-3	20,377	-1,906	1,555	-2,786	-0,865	0,232	-1,310
PAE-1	-2,952	-1,244	8,046	-9,767	-0,776	2,997	1,815
PAE-2	-1,914	-0,637	-3,545	7,085	-2,481	-6,976	1,733
PAE-3	4,497	1,555	-4,116	3,433	2,855	3,475	-3,323
PAE-4	0,026	0,215	-1,599	-1,823	-2,761	-1,671	2,327
PAE-5	-2,112	0,177	0,391	-1,485	1,212	-1,749	0,055

Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil $\alpha=0.05$
 Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Annexe 4

F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15
2,386	-8,240	2,478	-1,716	-3,950	2,302	0,062	2,942
-5,366	6,629	-1,092	0,122	4,984	-2,888	0,999	-2,621
8,948	2,439	-2,102	4,461	-1,287	-0,712	-2,041	-0,785
1,491	5,908	-4,606	1,662	-3,324	4,357	-2,594	-0,791
0,358	5,122	3,677	9,406	-0,164	-3,557	5,689	-4,340
6,618	-2,205	0,652	-1,148	2,484	-3,092	-4,385	0,653
-4,065	-4,805	2,460	-2,056	-5,859	4,278	3,645	-2,112
-7,651	4,575	-6,165	-1,851	3,828	1,618	-2,606	3,837
10,489	2,103	-1,210	-3,140	-1,000	0,895	1,469	3,206
5,258	2,167	-0,903	-	2,534	-0,807	3,625	5,866
-1,367	7,205	-2,362	-1,266	-6,359	6,113	0,146	-1,549
5,000	-3,283	1,226	8,026	6,940	2,092	3,743	3,904
-4,634	-2,363	0,710	-2,412	-2,386	-5,136	-4,090	-3,825
2,188	-0,170	-4,762	4,191	2,641	-0,854	0,031	-0,923
-1,398	0,364	4,497	-4,008	-2,390	0,491	-0,313	0,558
-7,203	-1,744	2,532	-1,769	-2,348	3,304	2,542	3,328
2,725	2,788	-3,567	3,240	1,472	-1,989	-0,239	-3,067
-2,823	-2,678	2,743	-3,291	-0,814	1,373	1,609	3,725
0,603	-0,832	5,762	0,263	-4,567	4,292	-9,420	-4,443
-0,750	-2,171	0,847	-1,147	-0,701	0,889	1,280	-0,318
0,750	2,171	-0,847	1,147	0,701	-0,889	-1,280	0,318
-1,312	-4,494	2,566	-0,829	-3,667	2,622	3,715	-2,376
-0,146	-0,576	-0,084	-0,827	0,746	0,059	-0,058	0,604
0,625	2,218	-0,852	1,133	0,589	-1,016	-1,297	0,260
4,869	0,114	1,276	2,272	-1,869	-2,858	0,490	-0,676
-4,869	-0,114	-1,276	-2,272	1,869	2,858	-0,490	0,676
-0,566	6,567	11,242	0,282	-0,339	5,019	5,142	1,112
3,213	-3,760	-1,241	1,214	2,982	7,494	-0,680	-7,518
1,080	-5,537	0,297	1,747	5,588	1,792	8,880	-0,427
2,415	-3,503	1,924	-1,842	-2,418	-5,948	-8,544	1,634
-4,977	2,075	-3,418	3,996	-1,393	-1,127	0,251	3,308
-0,813	3,892	-4,174	-4,094	0,673	-2,721	4,497	-1,029
0,326	-3,666	-5,367	2,139	-	-1,762	5,856	3,969
-0,454	-5,191	2,419	3,947	3,889	1,703	-4,381	10,935
5,184	-6,088	-6,241	-2,944	-2,594	3,719	0,421	1,255
-5,176	5,948	6,141	2,921	2,706	-3,646	-0,475	-1,279
0,114	0,603	0,375	0,038	-0,717	-0,300	0,320	0,176
1,768	5,296	-4,115	-3,431	0,209	-4,297	3,011	-0,382
-1,785	-5,388	4,047	3,420	-0,090	4,341	-3,059	0,353
0,114	0,603	0,375	0,038	-0,717	-0,300	0,320	0,176
-8,326	-3,481	-2,350	2,302	-0,027	-6,908	-0,491	1,375
8,309	3,382	2,289	-2,309	0,145	6,959	0,438	-1,404
0,114	0,603	0,375	0,038	-0,717	-0,300	0,320	0,176

Annexe 4

-0,519	-1,080	-2,327	-1,561	-0,320	-0,464	-0,850	-1,110
0,173	0,071	2,385	0,480	0,592	1,031	0,116	1,369
0,259	0,807	-0,336	0,815	-0,292	-0,583	0,579	-0,375
0,001	-1,029	-4,137	1,195	-0,292	1,190	1,084	-2,254
-0,286	0,063	4,187	-1,999	0,591	-0,456	-1,636	2,492
0,259	0,807	-0,336	0,815	-0,292	-0,583	0,579	-0,375
-1,083	1,656	2,448	-4,800	3,498	0,363	-2,162	0,493
0,932	-2,918	-2,415	4,540	-3,684	0,305	1,782	-0,104
0,259	0,807	-0,336	0,815	-0,292	-0,583	0,579	-0,375
1,848	0,703	1,816	0,160	1,159	0,803	-2,898	-0,972
-1,411	-1,255	-0,789	-0,926	-0,425	0,092	1,215	0,985
0,259	0,807	-0,336	0,815	-0,292	-0,583	0,579	-0,375
0,592	3,393	2,919	1,737	0,012	3,936	1,924	3,747
1,279	5,547	1,532	4,340	-5,393	-1,798	-2,176	7,756
-1,470	-8,013	-3,444	-4,376	3,674	-3,310	-0,271	-9,474
-2,636	1,905	-7,846	1,446	4,263	10,740	-1,323	1,666
1,651	1,762	4,160	-5,144	0,490	-1,055	3,017	-1,865

F16	F17	F18	F19	F20	F21	F22	F23
-3,285	-1,979	-4,297	6,120	-2,065	1,868	-3,088	-1,886
0,216	2,076	4,990	-5,859	1,579	-2,320	3,761	2,568
6,968	-1,823	-3,844	1,964	2,552	2,705	-5,454	1,060
5,986	2,781	3,069	-5,507	-1,384	-2,242	5,824	-5,549
-2,343	-1,618	-1,872	-1,224	-0,451	-5,890	-0,233	-2,361
-5,058	-2,173	0,006	3,425	1,800	6,338	2,197	-0,860
4,154	1,980	-0,975	-3,216	-0,340	-5,574	0,327	-0,983
3,451	1,362	2,350	-0,394	-1,425	2,528	-3,410	3,899
1,733	1,959	0,542	0,888	-1,462	-2,402	0,279	0,690
-5,679	3,745	3,856	0,467	-1,167	-1,815	3,187	-1,507
1,634	-0,089	-3,600	0,016	-0,378	-1,318	-3,281	0,689
-0,283	3,853	2,572	2,816	2,665	1,584	3,775	0,378
0,841	-4,069	-0,955	-2,381	-1,560	0,051	-1,917	-0,292
-0,873	-1,508	3,611	-1,040	-0,272	0,607	-0,329	1,371
0,731	1,261	-3,580	0,789	-0,782	-0,997	0,311	-0,971
1,316	2,272	-0,390	2,299	9,524	3,505	0,168	-3,656
-0,537	-0,554	4,957	-2,568	0,377	0,132	-0,666	2,476
0,622	-0,566	-6,272	1,855	-0,939	0,381	0,911	-3,117
-0,569	7,716	8,917	4,977	3,855	-3,537	-1,667	4,345
-0,377	-0,039	-1,419	0,301	-0,955	-0,902	0,022	-0,593
0,377	0,039	1,419	-0,301	0,955	0,902	-0,022	0,593
-2,870	-0,518	-0,521	0,734	-2,081	-4,462	-1,010	0,571
0,628	0,189	-1,304	0,058	-0,008	0,812	0,490	-0,646
0,416	-0,001	1,500	-0,327	0,768	0,813	-0,123	0,441
-4,401	3,042	0,313	2,133	-3,562	-5,373	1,824	0,455
4,401	-3,042	-0,313	-2,133	3,562	5,373	-1,824	-0,455

Annexe 4

-0,131	-3,254	2,256	-2,768	-6,782	4,725	-1,142	4,277
-5,117	-2,561	3,970	-5,658	2,449	5,497	0,094	-6,965
10,471	7,951	1,713	1,808	-2,434	0,147	-2,137	0,932
6,317	1,211	-2,024	2,026	-5,426	0,830	1,741	-2,463
-0,206	2,394	-4,804	3,554	2,841	-4,507	7,589	-1,673
-3,902	0,060	-0,402	2,010	5,196	-3,201	-5,773	7,926
-1,005	-0,954	8,688	-0,449	-2,621	3,950	-2,054	-1,524
-0,112	-5,020	3,370	-5,713	2,058	-8,588	-6,987	-2,220
1,834	-2,805	-3,348	-7,878	2,782	-1,655	4,554	8,079
-1,824	2,766	3,373	7,826	-2,792	1,757	-4,574	-8,097
0,001	0,135	-0,251	0,047	0,149	-0,634	0,256	0,355
1,438	1,465	0,872	0,856	3,303	-1,109	-6,724	-5,922
-1,436	-1,486	-0,830	-0,862	-3,323	1,213	6,672	5,855
0,001	0,135	-0,251	0,047	0,149	-0,634	0,256	0,355
1,202	-1,337	3,797	0,394	-2,556	1,426	2,799	3,149
-1,203	1,315	-3,757	-0,401	2,532	-1,322	-2,842	-3,208
0,001	0,135	-0,251	0,047	0,149	-0,634	0,256	0,355
-0,825	0,591	1,019	0,286	0,289	2,013	0,342	-0,798
1,327	0,261	-1,747	0,133	0,049	-1,245	0,100	0,548
-0,567	-0,720	0,800	-0,354	-0,279	-0,470	-0,369	0,135
-1,638	0,359	-1,059	2,475	2,088	-1,561	0,339	-1,133
2,135	0,460	0,098	-1,894	-1,620	1,956	0,093	0,897
-0,567	-0,720	0,800	-0,354	-0,279	-0,470	-0,369	0,135
1,289	2,407	-0,552	-2,716	-1,573	-0,497	-0,612	-2,798
-0,787	-1,891	-0,356	3,582	2,167	1,159	1,167	3,069
-0,567	-0,720	0,800	-0,354	-0,279	-0,470	-0,369	0,135
2,004	-1,995	-1,702	0,747	0,262	0,843	1,513	1,887
-0,671	1,970	0,246	-0,105	0,120	-0,048	-0,566	-1,310
-0,567	-0,720	0,800	-0,354	-0,279	-0,470	-0,369	0,135
-2,570	2,642	-2,465	-1,830	5,550	2,571	1,392	2,457
0,068	0,388	0,787	0,309	-0,848	1,772	1,272	-0,875
1,217	-0,064	0,335	-0,798	-4,148	-2,853	-3,081	-1,270
-1,783	-4,197	0,800	8,973	-6,513	-2,416	0,190	-0,578
7,534	-12,253	6,703	5,816	4,828	-3,166	4,850	-0,740

F24	F25	F26	F27	F28	F29	F30	F31
0,806	-0,713	5,273	-4,514	0,463	3,493	-0,489	-1,832
-2,499	1,542	-4,104	5,173	-0,550	-5,137	0,241	2,086
3,197	-1,486	-2,713	-0,288	-0,919	4,282	-0,879	-1,465
4,148	-2,139	-2,589	-2,831	2,035	1,724	2,989	1,249
-0,858	-6,284	1,518	-0,133	0,823	4,539	-4,114	-0,363
-6,464	1,040	-8,164	1,680	-0,205	1,085	2,250	2,581
5,429	-2,086	4,533	-2,644	-2,774	-5,755	-0,216	0,518
3,209	4,455	5,095	0,753	2,718	3,223	-0,550	-4,620
0,445	3,953	0,000	0,379	1,009	-4,398	2,132	2,243

Annexe 4

-2,195	-6,276	2,887	-0,556	0,841	2,336	-1,434	-3,410
-5,611	2,957	2,070	3,839	2,728	-2,026	-4,833	-3,115
7,123	1,555	4,718	4,114	-0,078	0,187	0,787	0,676
-1,647	-1,252	-5,821	-5,438	-1,827	0,417	2,706	2,312
-2,682	-2,121	4,117	-1,726	-3,493	-0,673	0,701	-1,798
2,659	2,627	-3,607	1,947	3,773	0,901	-0,677	2,236
0,277	-4,507	-4,721	-1,943	-2,434	-2,039	-0,236	-3,910
-1,838	-2,225	2,748	-0,757	-4,909	-2,506	-1,042	-1,274
2,042	2,436	-2,775	0,719	4,748	1,990	0,918	1,178
-1,351	-1,392	0,111	0,285	1,245	3,619	0,877	0,699
-0,481	1,210	0,233	0,489	0,274	1,005	0,817	1,498
0,481	-1,210	-0,233	-0,489	-0,274	-1,005	-0,817	-1,498
-1,900	3,497	2,940	0,016	-0,959	3,374	2,449	4,807
0,339	-0,080	-0,809	0,668	0,582	-0,168	-0,072	-0,098
0,352	-1,196	-0,261	-0,676	-0,234	-1,062	-0,822	-1,656
2,611	4,490	-6,497	-3,168	2,789	-2,268	-3,889	-5,772
-2,611	-4,490	6,497	3,168	-2,789	2,268	3,889	5,772
0,434	-2,317	-1,911	0,132	1,844	1,590	6,029	-2,901
-1,612	4,076	1,152	-3,317	2,334	-0,264	-2,692	-0,231
-7,436	1,046	-2,556	-2,657	0,190	0,389	-1,755	0,082
0,999	-5,003	3,228	2,242	1,925	-3,246	-2,588	0,237
-4,472	2,914	0,656	4,389	-2,417	4,478	2,777	-1,627
5,808	0,169	-2,590	-3,662	-3,087	-1,271	-0,327	3,053
1,274	-0,058	-2,932	6,723	-2,028	1,231	-1,759	0,981
-2,079	0,004	-1,782	1,219	1,841	-0,781	0,474	-1,076
-1,774	-2,229	-1,162	-1,333	0,510	4,099	-0,085	-0,481
1,859	2,281	1,242	1,348	-0,437	-4,034	0,081	0,414
-0,541	-0,371	-0,494	-0,127	-0,399	-0,245	0,021	0,366
-1,637	-1,760	1,689	-0,735	4,608	0,813	4,013	3,870
1,724	1,819	-1,605	0,755	-4,535	-0,771	-4,011	-3,925
-0,541	-0,371	-0,494	-0,127	-0,399	-0,245	0,021	0,366
0,070	-0,710	-1,128	-5,143	6,207	1,568	-1,108	2,611
0,019	0,772	1,210	5,165	-6,142	-1,528	1,105	-2,672
-0,541	-0,371	-0,494	-0,127	-0,399	-0,245	0,021	0,366
-1,456	0,811	1,538	-0,844	1,196	1,174	-1,824	0,157
1,656	-0,765	-1,794	1,310	-0,529	-0,750	1,510	-0,035
-0,363	0,056	0,424	-0,536	-0,475	-0,251	0,071	-0,094
0,565	1,102	-1,307	-0,078	2,697	0,074	5,692	-3,178
-0,123	-1,079	0,740	0,662	-1,967	0,208	-5,331	3,036
-0,363	0,056	0,424	-0,536	-0,475	-0,251	0,071	-0,094
2,207	2,480	-2,677	0,948	-4,953	4,825	-2,561	1,604
-2,103	-2,939	2,571	-0,431	6,321	-5,270	2,875	-1,740
-0,363	0,056	0,424	-0,536	-0,475	-0,251	0,071	-0,094
-3,753	-3,308	-0,012	3,193	-0,691	-2,875	1,303	1,750
2,701	2,000	-0,423	-1,442	0,911	2,042	-0,882	-0,993
-0,363	0,056	0,424	-0,536	-0,475	-0,251	0,071	-0,094

Annexe 4

1,378	-1,305	-0,180	1,688	6,274	-0,240	-5,252	5,398
-4,147	4,216	2,687	-8,522	-5,496	-0,724	1,786	0,403
1,968	-2,201	-1,729	5,536	-1,015	0,738	3,785	-5,402
0,439	-4,318	-3,347	-1,171	-1,537	-0,871	-1,706	3,300
0,547	3,307	1,071	-0,087	0,562	1,053	-2,090	-0,871

F32	F33	F34	F35	F36	F37	F38
1,848	4,792	-2,590	-2,006	1,219	0,078	0,001
-0,337	-4,186	1,943	1,250	-1,206	-0,077	-0,001
-3,320	-3,200	3,667	2,319	-0,263	-0,010	-0,002
-3,165	1,533	-2,329	0,561	0,253	0,005	0,000
2,785	2,212	-2,546	-1,659	-0,140	-0,006	0,000
-0,324	-2,855	0,226	-0,038	0,297	-0,063	0,006
-0,804	-1,944	3,170	1,831	-0,653	0,033	-0,007
-2,309	3,909	-1,188	-0,601	0,613	0,059	-0,001
6,344	3,151	-3,930	-1,206	-0,584	-0,013	0,001
-3,651	-1,162	2,595	-0,166	0,004	0,000	-0,002
3,111	-1,858	3,082	-0,514	-0,579	-0,032	-0,003
3,104	-0,983	3,376	1,839	0,676	0,033	0,013
-3,320	2,236	-5,284	-1,105	-0,189	-0,007	-0,008
0,136	-0,359	-0,877	0,280	-8,139	-0,064	-0,019
-0,510	0,233	0,891	-0,351	8,083	0,067	0,019
3,374	1,144	-0,104	0,630	0,735	-0,020	0,002
0,448	-0,916	-0,032	-2,263	7,299	0,043	0,013
-0,660	0,872	0,022	2,253	-7,147	-0,081	-0,011
1,450	0,321	0,071	0,127	-1,241	0,259	-0,012
-0,903	-0,604	0,394	0,233	0,078	2,116	0,821
0,903	0,604	-0,394	-0,233	-0,078	-2,116	-0,821
-3,396	-1,364	1,610	0,737	0,628	-1,022	-0,111
0,339	-0,016	-0,239	-0,078	0,186	1,894	-0,933
0,899	0,514	-0,348	-0,191	-0,416	-1,528	0,978
-1,024	1,888	2,266	2,834	-0,049	-0,049	-0,006
1,024	-1,888	-2,266	-2,834	0,049	0,049	0,006
2,115	-1,362	-0,034	1,705	0,166	-0,032	-0,001
0,027	2,152	2,693	-0,232	0,039	0,002	-0,002
-2,040	0,212	-1,317	-1,223	0,259	0,000	-0,002
1,027	-3,720	-0,441	-2,776	-0,257	-0,060	-0,001
0,143	1,278	-0,015	2,506	0,680	0,032	0,000
-1,690	1,521	-1,404	0,183	-0,559	0,052	0,004
-0,847	1,498	-0,088	-0,935	-0,411	-0,002	0,001
-0,851	-0,655	-0,747	0,553	0,530	-0,013	-0,001
4,088	-0,084	1,216	0,330	0,456	0,030	0,006
-4,042	0,152	-1,194	-0,326	-0,432	-0,029	-0,006
-0,133	-0,389	-0,085	-0,012	-0,123	-0,003	0,000
3,358	0,793	3,507	2,642	0,531	-0,047	-0,001

Annexe 4

-3,331	-0,727	-3,488	-2,637	-0,510	0,047	0,001
-0,133	-0,389	-0,085	-0,012	-0,123	-0,003	0,000
3,679	0,550	4,486	-0,608	-0,089	-0,019	-0,004
-3,658	-0,486	-4,473	0,610	0,109	0,019	0,004
-0,133	-0,389	-0,085	-0,012	-0,123	-0,003	0,000
1,015	-3,071	-5,748	6,745	0,992	-0,492	0,025
-0,694	2,924	4,761	-5,983	-0,619	-0,599	0,025
-0,175	-0,236	0,221	0,109	-0,227	0,954	-0,044
-0,571	-2,835	-0,189	-6,195	-0,139	-0,538	0,026
0,720	2,876	-0,068	5,598	0,377	-0,552	0,025
-0,175	-0,236	0,221	0,109	-0,227	0,954	-0,044
3,026	0,298	1,235	-2,205	-0,706	-0,630	0,030
-3,283	-0,051	-1,703	2,416	1,098	-0,457	0,020
-0,175	-0,236	0,221	0,109	-0,227	0,954	-0,044
-3,126	8,428	3,064	1,282	0,041	-0,282	0,022
2,121	-5,000	-2,128	-0,907	0,205	-0,792	0,031
-0,175	-0,236	0,221	0,109	-0,227	0,954	-0,044
-3,448	-1,008	-2,332	-2,859	-0,752	0,041	0,006
0,244	-0,773	2,396	-0,119	0,330	0,010	-0,005
2,731	1,730	0,128	2,641	0,357	-0,044	-0,002
1,575	-1,180	0,691	0,663	0,509	-0,008	0,001
-0,538	-0,346	-0,520	-0,630	-0,152	-0,002	-0,001

Tableau 124. Tableau de Burt « FE »

	Âge-1	Âge-2	Âge-3	E matri-1	E matri-2	E matri-3	E matri-4
Âge-1	11,00	0,00	0,00	0,00	1,00	8,00	2,00
Âge-2	0,00	13,00	0,00	3,00	1,00	7,00	2,00
Âge-3	0,00	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00	0,00
E matri-1	0,00	3,00	0,00	3,00	0,00	0,00	0,00
E matri-2	1,00	1,00	2,00	0,00	4,00	0,00	0,00
E matri-3	8,00	7,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00
E matri-4	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,00
N	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
Instruction-1							
N	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
Instruction-3							
N	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
Instruction-4							
N	8,00	13,00	1,00	3,00	2,00	14,00	3,00
Instruction-5							
Statut E-2	9,00	12,00	2,00	2,00	3,00	15,00	3,00
Statut E-3	2,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Statut E-5	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
Raison-1	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00
Raison-5	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
Raison-8	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Raison-9	4,00	1,00	0,00	0,00	1,00	3,00	1,00
Raison-11	5,00	6,00	0,00	0,00	0,00	11,00	0,00
Raison-12	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
Raison-13	0,00	2,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Raison-14	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
Raison-15	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
Capital-1	8,00	10,00	2,00	1,00	3,00	15,00	1,00
Capital-2	1,00	3,00	0,00	2,00	0,00	0,00	2,00
Capital-3	2,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
CA-1	8,00	10,00	1,00	1,00	2,00	14,00	2,00
CA-2	3,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00
CA-3	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
Déclaration-2	11,00	13,00	2,00	3,00	4,00	15,00	4,00
Secteur-3	7,00	9,00	1,00	3,00	1,00	9,00	4,00
Secteur-4	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
Secteur-5	3,00	4,00	1,00	0,00	2,00	6,00	0,00
Effectif-1	10,00	12,00	2,00	2,00	3,00	15,00	4,00
Effectif-2	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
Besoin-3	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
Besoin-4	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00

Annexe 4

Besoin-5	2,00	3,00	1,00	2,00	1,00	0,00	3,00
Besoin-6	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
Besoin-7	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
Besoin-8	6,00	7,00	0,00	0,00	0,00	13,00	0,00
Besoin-9	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
Vision LT-2	11,00	13,00	1,00	3,00	3,00	15,00	4,00
Vision LT-3	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
Module-1	8,00	9,00	1,00	1,00	2,00	13,00	2,00
Module-2	3,00	4,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
FFMF-1	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
FFMF-2	1,00	0,00	1,00	0,00	2,00	0,00	0,00
FFMF-4	6,00	8,00	1,00	1,00	1,00	13,00	0,00
FFMF-5	3,00	3,00	0,00	1,00	1,00	2,00	2,00
FFMF-6	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
PAEF-1	7,00	9,00	1,00	1,00	2,00	14,00	0,00
PAEF-2	1,00	3,00	0,00	1,00	0,00	0,00	3,00
PAEF-3	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00

N Instruction- 1	N Instruction- 3	N Instruction- 4	N Instruction- 5	Statut E-2	Statut E-3	Statut E-5	Raison- 1
0,00	2,00	1,00	8,00	9,00	2,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	13,00	12,00	0,00	1,00	2,00
1,00	0,00	0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	3,00	2,00	0,00	1,00	2,00
1,00	0,00	1,00	2,00	3,00	1,00	0,00	0,00
0,00	1,00	0,00	14,00	15,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	0,00	3,00	3,00	1,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
0,00	2,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	22,00	21,00	0,00	1,00	2,00
1,00	1,00	0,00	21,00	23,00	0,00	0,00	1,00
0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00
0,00	0,00	0,00	2,00	1,00	0,00	1,00	2,00
0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	1,00	3,00	3,00	2,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	11,00	11,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
1,00	1,00	0,00	18,00	20,00	0,00	0,00	1,00
0,00	0,00	0,00	4,00	3,00	0,00	1,00	1,00

Annexe 4

0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	19,00	19,00	0,00	0,00	0,00
1,00	2,00	1,00	2,00	4,00	2,00	0,00	1,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00
1,00	2,00	1,00	22,00	23,00	2,00	1,00	2,00
1,00	2,00	0,00	14,00	15,00	1,00	1,00	2,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	8,00	8,00	0,00	0,00	0,00
1,00	2,00	0,00	21,00	23,00	1,00	0,00	1,00
0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00
1,00	0,00	0,00	2,00	3,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	0,00	5,00	4,00	1,00	1,00	1,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	13,00	13,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	2,00	1,00	22,00	22,00	2,00	1,00	2,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	18,00	17,00	0,00	1,00	1,00
1,00	2,00	1,00	4,00	6,00	2,00	0,00	1,00
0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00
1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	15,00	14,00	0,00	1,00	1,00
0,00	1,00	0,00	5,00	6,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	16,00	17,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	0,00	3,00	2,00	1,00	1,00	1,00
0,00	1,00	1,00	3,00	4,00	1,00	0,00	1,00

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

Raison-5	Raison-8	Raison-9	Raison-11	Raison-12	Raison-13	Raison-14	Raison-15
1,00	0,00	4,00	5,00	1,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	1,00	6,00	0,00	2,00	0,00	1,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
1,00	0,00	3,00	11,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	3,00	11,00	1,00	2,00	1,00	1,00
1,00	2,00	3,00	11,00	1,00	2,00	1,00	1,00
0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Annexe 4

0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	5,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	11,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
1,00	1,00	3,00	11,00	0,00	2,00	1,00	0,00
0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	3,00	11,00	1,00	2,00	1,00	1,00
1,00	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,00	2,00	5,00	11,00	1,00	2,00	1,00	1,00
1,00	2,00	2,00	7,00	1,00	1,00	0,00	1,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	2,00	4,00	0,00	1,00	1,00	0,00
1,00	2,00	4,00	11,00	1,00	2,00	1,00	1,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	3,00	10,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,00	1,00	5,00	11,00	1,00	2,00	1,00	1,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	3,00	10,00	1,00	2,00	1,00	0,00
1,00	2,00	2,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	3,00	10,00	0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	2,00	0,00	1,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	1,00	3,00	11,00	0,00	1,00	0,00	1,00
0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00

Capital-1	Capital-2	Capital-3	CA-1	CA-2	CA-3	Déclaration-2	Secteur-3
8,00	1,00	2,00	8,00	3,00	0,00	11,00	7,00

Annexe 4

10,00	3,00	0,00	10,00	2,00	1,00	13,00	9,00
2,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	2,00	1,00
1,00	2,00	0,00	1,00	1,00	1,00	3,00	3,00
3,00	0,00	1,00	2,00	2,00	0,00	4,00	1,00
15,00	0,00	0,00	14,00	1,00	0,00	15,00	9,00
1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	0,00	4,00	4,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
1,00	0,00	1,00	0,00	2,00	0,00	2,00	2,00
0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
18,00	4,00	0,00	19,00	2,00	1,00	22,00	14,00
20,00	3,00	0,00	19,00	4,00	0,00	23,00	15,00
0,00	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00	2,00	1,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	2,00	2,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
1,00	1,00	0,00	0,00	2,00	0,00	2,00	2,00
3,00	0,00	2,00	3,00	2,00	0,00	5,00	2,00
11,00	0,00	0,00	11,00	0,00	0,00	11,00	7,00
0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00
2,00	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	2,00	1,00
1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00
20,00	0,00	0,00	17,00	3,00	0,00	20,00	12,00
0,00	4,00	0,00	2,00	1,00	1,00	4,00	4,00
0,00	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00	2,00	1,00
17,00	2,00	0,00	19,00	0,00	0,00	19,00	11,00
3,00	1,00	2,00	0,00	6,00	0,00	6,00	5,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
20,00	4,00	2,00	19,00	6,00	1,00	26,00	17,00
12,00	4,00	1,00	11,00	5,00	1,00	17,00	17,00
0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
8,00	0,00	0,00	8,00	0,00	0,00	8,00	0,00
20,00	3,00	1,00	19,00	5,00	0,00	24,00	16,00
0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	2,00	1,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
3,00	0,00	0,00	2,00	1,00	0,00	3,00	3,00
1,00	4,00	1,00	3,00	2,00	1,00	6,00	5,00
1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
13,00	0,00	0,00	13,00	0,00	0,00	13,00	7,00
0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
19,00	4,00	2,00	19,00	5,00	1,00	25,00	16,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
16,00	2,00	0,00	17,00	0,00	1,00	18,00	10,00
4,00	2,00	2,00	2,00	6,00	0,00	8,00	7,00
1,00	0,00	1,00	0,00	2,00	0,00	2,00	2,00

Annexe 4

1,00	0,00	1,00	0,00	2,00	0,00	2,00	1,00
14,00	1,00	0,00	14,00	0,00	1,00	15,00	8,00
4,00	2,00	0,00	5,00	1,00	0,00	6,00	5,00
0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00
16,00	1,00	0,00	16,00	1,00	0,00	17,00	10,00
1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	4,00	4,00
3,00	1,00	1,00	2,00	3,00	0,00	5,00	3,00

Secteur-4	Secteur-5	Effectif-1	Effectif-2	Besoin-3	Besoin-4	Besoin-5	Besoin-6
1,00	3,00	10,00	1,00	0,00	1,00	2,00	0,00
0,00	4,00	12,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00
0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
0,00	0,00	2,00	1,00	1,00	0,00	2,00	0,00
1,00	2,00	3,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
0,00	6,00	15,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	4,00	0,00	0,00	1,00	3,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	8,00	21,00	1,00	1,00	2,00	5,00	1,00
0,00	8,00	23,00	0,00	1,00	3,00	4,00	1,00
1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00
1,00	2,00	4,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	4,00	11,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	8,00	20,00	0,00	1,00	3,00	1,00	1,00
0,00	0,00	3,00	1,00	0,00	0,00	4,00	0,00
1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	8,00	19,00	0,00	0,00	2,00	3,00	1,00
1,00	0,00	5,00	1,00	1,00	1,00	2,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	8,00	24,00	2,00	1,00	3,00	6,00	1,00
0,00	0,00	16,00	1,00	1,00	3,00	5,00	0,00
1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	8,00	8,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
0,00	8,00	24,00	0,00	1,00	3,00	5,00	1,00
1,00	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00

Annexe 4

0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00
0,00	1,00	5,00	1,00	0,00	0,00	6,00	0,00
0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	6,00	13,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,00	8,00	23,00	2,00	1,00	2,00	6,00	1,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	8,00	17,00	1,00	0,00	2,00	3,00	1,00
1,00	0,00	7,00	1,00	1,00	1,00	3,00	0,00
0,00	0,00	2,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	7,00	14,00	1,00	0,00	0,00	2,00	0,00
0,00	1,00	6,00	0,00	0,00	2,00	2,00	1,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	7,00	17,00	0,00	0,00	2,00	1,00	1,00
0,00	0,00	3,00	1,00	0,00	1,00	3,00	0,00
1,00	1,00	4,00	1,00	1,00	0,00	2,00	0,00

Besoin-7	Besoin-8	Besoin-9	Vision LT-2	Vision LT-3	Module-1	Module-2	FFMF-1
1,00	6,00	1,00	11,00	0,00	8,00	3,00	1,00
0,00	7,00	0,00	13,00	0,00	9,00	4,00	1,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	3,00	0,00	1,00	2,00	1,00
0,00	0,00	1,00	3,00	1,00	2,00	2,00	0,00
1,00	13,00	0,00	15,00	0,00	13,00	2,00	0,00
0,00	0,00	0,00	4,00	0,00	2,00	2,00	1,00
0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
1,00	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	2,00	1,00
0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	13,00	0,00	22,00	0,00	18,00	4,00	1,00
1,00	13,00	0,00	22,00	1,00	17,00	6,00	1,00
0,00	0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	2,00	1,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	2,00	0,00	1,00	1,00	1,00
1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	2,00	0,00
0,00	3,00	1,00	5,00	0,00	3,00	2,00	1,00
0,00	10,00	0,00	11,00	0,00	10,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	13,00	0,00	19,00	1,00	16,00	4,00	1,00

Annexe 4

0,00	0,00	0,00	4,00	0,00	2,00	2,00	0,00
0,00	0,00	1,00	2,00	0,00	0,00	2,00	1,00
0,00	13,00	0,00	19,00	0,00	17,00	2,00	0,00
1,00	0,00	1,00	5,00	1,00	0,00	6,00	2,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
1,00	13,00	1,00	25,00	1,00	18,00	8,00	2,00
1,00	7,00	0,00	16,00	1,00	10,00	7,00	2,00
0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	6,00	0,00	8,00	0,00	8,00	0,00	0,00
1,00	13,00	0,00	23,00	1,00	17,00	7,00	2,00
0,00	0,00	1,00	2,00	0,00	1,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00
0,00	0,00	0,00	2,00	1,00	2,00	1,00	0,00
0,00	0,00	0,00	6,00	0,00	3,00	3,00	1,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	13,00	0,00	13,00	0,00	12,00	1,00	0,00
0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	13,00	1,00	25,00	0,00	18,00	7,00	2,00
0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
0,00	12,00	0,00	18,00	0,00	18,00	0,00	0,00
1,00	1,00	1,00	7,00	1,00	0,00	8,00	2,00
0,00	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	2,00	2,00
0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	2,00	0,00
0,00	13,00	0,00	15,00	0,00	14,00	1,00	0,00
1,00	0,00	0,00	6,00	0,00	4,00	2,00	0,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	13,00	0,00	16,00	1,00	14,00	3,00	0,00
0,00	0,00	0,00	4,00	0,00	2,00	2,00	1,00
1,00	0,00	1,00	5,00	0,00	2,00	3,00	1,00

FFMF-2	FFMF-4	FFMF-5	FFMF-6	PAEF-1	PAEF-2	PAEF-3
1,00	6,00	3,00	0,00	7,00	1,00	3,00
0,00	8,00	3,00	1,00	9,00	3,00	1,00
1,00	1,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
0,00	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00
2,00	1,00	1,00	0,00	2,00	0,00	2,00
0,00	13,00	2,00	0,00	14,00	0,00	1,00
0,00	0,00	2,00	1,00	0,00	3,00	1,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00	1,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
0,00	15,00	5,00	1,00	16,00	3,00	3,00
1,00	14,00	6,00	1,00	17,00	2,00	4,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00

Annexe 4

0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
1,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	0,00
1,00	3,00	0,00	0,00	3,00	1,00	1,00
0,00	10,00	1,00	0,00	11,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
0,00	0,00	2,00	0,00	1,00	1,00	0,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
1,00	14,00	4,00	0,00	16,00	1,00	3,00
0,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
0,00	14,00	5,00	0,00	16,00	1,00	2,00
2,00	0,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00
0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00
2,00	15,00	6,00	1,00	17,00	4,00	5,00
1,00	8,00	5,00	1,00	10,00	4,00	3,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
0,00	7,00	1,00	0,00	7,00	0,00	1,00
1,00	14,00	6,00	1,00	17,00	3,00	4,00
1,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
1,00	0,00	2,00	0,00	2,00	1,00	0,00
0,00	2,00	2,00	1,00	1,00	3,00	2,00
0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	1,00
0,00	13,00	0,00	0,00	13,00	0,00	0,00
1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
1,00	15,00	6,00	1,00	16,00	4,00	5,00
1,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00
0,00	14,00	4,00	0,00	14,00	2,00	2,00
2,00	1,00	2,00	1,00	3,00	2,00	3,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
2,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00
0,00	15,00	0,00	0,00	13,00	1,00	1,00
0,00	0,00	6,00	0,00	3,00	1,00	2,00
0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00
1,00	13,00	3,00	0,00	17,00	0,00	0,00
0,00	1,00	1,00	1,00	0,00	4,00	0,00
1,00	1,00	2,00	0,00	0,00	0,00	5,00

Tableau 86. Les valeurs propres « FE »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6
<i>Valeur propre</i>	0,489	0,344	0,298	0,255	0,195	0,178
<i>Variabilité (%)</i>	18,791	13,236	11,475	9,823	7,501	6,836
<i>% cumulé</i>	18,791	32,027	43,502	53,325	60,826	67,662

Source.: Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
0,156	0,146	0,135	0,109	0,099	0,067	0,045
5,990	5,624	5,186	4,177	3,798	2,596	1,749
73,651	79,275	84,462	88,639	92,438	95,033	96,782

F14	F15	F16	F17
0,035	0,028	0,014	0,007
1,336	1,066	0,533	0,283
98,118	99,184	99,717	100,000

Tableau 125. Coordonnées principales (Variables) « FE »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Âge-1	0,171	0,350	0,399	-0,456	0,047	-0,087
Âge-2	-0,243	-0,421	0,029	0,236	0,029	-0,038
Âge-3	0,636	0,815	-2,383	0,975	-0,446	0,728
E matri-1	0,499	-1,959	0,272	0,784	-1,048	0,476
E matri-2	1,102	1,029	-0,799	0,835	0,297	1,078
E matri-3	-0,570	0,356	0,252	-0,143	-0,258	-0,214
E matri-4	0,661	-0,895	-0,350	-0,888	1,457	-0,631
N Instruction-1	1,256	1,206	-4,043	1,269	-1,041	-0,583
N Instruction-3	1,236	-0,285	0,195	-2,589	-0,630	-0,020
N Instruction-4	3,553	2,171	1,959	1,126	0,529	0,404
N Instruction-5	-0,331	-0,128	0,077	0,127	0,081	0,010
Statut E-2	-0,262	0,061	-0,155	-0,079	-0,009	0,045
Statut E-3	2,675	0,827	1,283	-0,401	0,522	-0,746
Statut E-5	0,668	-3,065	1,007	2,618	-0,835	0,462
Raison-1	0,703	-2,243	0,526	1,161	-1,817	0,378
Raison-5	0,676	-0,054	-0,217	-3,250	-1,774	1,856
Raison-8	1,024	-0,172	-2,656	0,411	0,322	-1,310
Raison-9	0,742	0,632	0,792	-0,123	0,173	-0,546
Raison-11	-0,690	0,354	0,236	0,084	-0,174	-0,348
Raison-12	0,184	-0,963	-0,081	-0,818	1,888	0,935
Raison-13	-0,272	-0,119	-0,523	-0,048	1,646	1,464
Raison-14	0,016	0,423	-0,722	0,681	0,148	2,039
Raison-15	0,092	-1,392	-0,234	0,030	0,491	0,672
Capital-1	-0,354	0,266	-0,099	-0,029	-0,214	0,073
Capital-2	0,434	-1,742	-0,144	0,345	0,807	0,008
Capital-3	2,675	0,827	1,283	-0,401	0,522	-0,746
CA-1	-0,499	0,170	0,101	0,048	0,196	0,079
CA-2	1,469	-0,027	-0,487	-0,588	-0,481	-0,327
CA-3	0,668	-3,065	1,007	2,618	-0,835	0,462
Déclaration- 2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Secteur-3	0,067	-0,345	-0,189	-0,180	-0,091	-0,184
Secteur-4	3,553	2,171	1,959	1,126	0,529	0,404
Secteur-5	-0,587	0,463	0,157	0,242	0,126	0,340
Effectif-1	-0,176	0,037	-0,124	-0,156	0,013	-0,036
Effectif-2	2,111	-0,447	1,483	1,872	-0,153	0,433
Besoin-3	0,738	-1,421	0,044	-0,295	-2,799	0,294
Besoin-4	0,220	0,307	-1,654	0,217	0,316	0,018
Besoin-5	0,591	-1,177	-0,116	0,022	0,648	0,029
Besoin-6	-0,416	0,316	-0,389	0,262	1,552	2,452

Annexe 4

Besoin-7	0,676	-0,054	-0,217	-3,250	-1,774	1,856
Besoin-8	-0,674	0,395	0,328	0,105	-0,181	-0,403
Besoin-9	3,553	2,171	1,959	1,126	0,529	0,404
Vision LT-2	-0,050	-0,048	0,162	-0,051	0,042	0,023
Vision LT-3	1,256	1,206	-4,043	1,269	-1,041	-0,583
Module-1	-0,466	0,075	0,169	0,194	0,155	0,104
Module-2	1,049	-0,170	-0,380	-0,437	-0,350	-0,234
FFMF-1	1,267	-0,969	0,325	-1,112	-1,142	-0,801
FFMF-2	2,405	1,688	-1,042	1,198	-0,256	-0,089
FFMF-4	-0,538	0,166	0,303	0,311	-0,202	-0,182
FFMF-5	-0,010	-0,396	-0,307	-0,732	0,691	1,092
FFMF-6	0,793	-1,549	-1,270	-0,447	1,685	-2,038
PAEF-1	-0,488	0,325	-0,039	0,157	-0,064	-0,149
PAEF-2	0,782	-1,421	-0,078	-0,029	0,776	-0,749
PAEF-3	1,034	0,031	0,197	-0,511	-0,401	1,106

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
0,340	-0,100	-0,025	-0,464	0,043	-0,224	0,232
-0,294	0,328	0,141	0,411	0,034	0,121	- 0,185
0,039	-1,586	-0,779	-0,119	-0,454	0,449	- 0,072
-0,520	0,160	0,839	-0,041	-0,654	0,012	0,272
-0,353	-0,221	-0,368	0,354	-0,126	-0,185	- 0,281
0,259	0,072	0,024	0,032	0,043	0,009	0,017
-0,227	-0,167	-0,350	-0,444	0,457	0,141	0,011
0,576	0,462	-0,057	-0,961	-0,456	-0,826	- 0,136
0,600	0,140	-1,277	0,000	-0,975	-0,184	- 0,439
0,213	0,358	1,047	0,403	0,657	0,474	0,074
-0,090	-0,050	0,071	0,025	0,080	0,033	0,043
-0,039	-0,027	0,117	0,042	0,073	0,009	0,048
-0,461	-0,003	-0,572	-0,320	-0,769	0,052	- 0,493
1,827	0,638	-1,536	-0,329	-0,130	-0,307	- 0,119
-0,732	0,260	-0,317	-0,337	0,698	-0,195	0,185
2,336	0,644	-0,363	1,042	0,244	0,002	0,180
0,435	-0,050	0,142	0,980	0,632	-0,431	0,180
-0,171	-0,120	-0,393	-0,154	-0,489	-0,528	1,023
0,134	0,093	0,140	-0,039	0,118	0,262	- 0,547
0,644	-1,636	1,348	-2,632	1,637	-1,744	- 0,723
-1,205	1,913	-0,930	0,114	0,207	0,300	0,140

Annexe 4

-0,499	-3,635	-1,500	0,723	-0,452	1,724	-0,009
-0,097	-0,040	3,151	0,550	-3,359	0,427	0,447
-0,087	0,080	-0,108	0,006	0,083	0,078	0,044
0,667	-0,400	0,826	0,128	-0,033	-0,415	0,025
-0,461	-0,003	-0,572	-0,320	-0,769	0,052	-0,493
-0,043	-0,056	0,098	-0,089	-0,072	0,060	0,004
-0,168	0,070	-0,054	0,336	0,250	-0,140	0,007
1,827	0,638	-1,536	-0,329	-0,130	-0,307	-0,119
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,114	0,141	0,148	-0,218	0,027	0,190	-0,174
0,213	0,358	1,047	0,403	0,657	0,474	0,074
-0,268	-0,344	-0,445	0,413	-0,139	-0,463	0,361
-0,085	-0,041	0,020	-0,003	-0,022	-0,007	0,002
1,020	0,498	-0,244	0,037	0,263	0,083	-0,023
-3,290	-0,119	0,902	-0,345	1,527	-0,083	0,489
0,064	1,076	-0,203	-1,138	0,129	1,153	0,615
0,172	-0,933	-0,065	0,032	-0,463	-0,051	-0,161
-1,703	1,930	-0,963	1,251	-0,253	-2,113	-1,052
2,336	0,644	-0,363	1,042	0,244	0,002	0,180
0,094	-0,034	0,029	0,067	0,017	-0,110	-0,044
0,213	0,358	1,047	0,403	0,657	0,474	0,074
-0,023	-0,018	0,002	0,038	0,018	0,033	0,005
0,576	0,462	-0,057	-0,961	-0,456	-0,826	-0,136
0,062	-0,034	-0,187	-0,168	0,106	-0,007	0,054
-0,139	0,076	0,421	0,379	-0,240	0,017	-0,121
-2,213	-0,241	-0,645	-0,694	-0,334	-0,226	-0,285
0,395	0,410	0,495	-0,279	0,100	-0,176	-0,031
0,170	-0,229	-0,178	0,084	-0,024	-0,001	-0,046
0,133	0,610	0,437	-0,374	-0,148	0,143	0,139
0,293	-0,562	0,340	2,922	1,721	-0,036	0,495
0,019	0,164	0,168	0,016	-0,216	-0,140	-0,039
0,069	0,402	-1,071	0,132	0,016	0,500	0,162
-0,119	-0,878	0,287	-0,162	0,722	0,074	0,002

F14	F15	F16	F17
-0,590	-0,007	0,194	-0,048
0,490	0,026	-0,172	0,041

Annexe 4

0,059	-0,130	0,055	0,001
-0,128	0,106	0,158	0,093
-0,182	-0,209	-0,026	0,010
-0,016	-0,007	-0,092	-0,018
0,337	0,156	0,253	-0,014
0,362	0,147	0,209	0,100
0,123	0,156	-0,097	0,121
0,060	0,082	0,074	0,065
-0,030	-0,025	-0,004	-0,019
0,006	-0,015	0,015	-0,001
-0,022	0,166	-0,117	0,083
-0,100	0,012	-0,120	-0,152
-0,163	0,041	-0,007	-0,019
0,350	0,061	0,114	0,142
-0,264	0,012	-0,036	0,120
0,355	-0,542	-0,265	-0,036
-0,219	0,261	-0,037	-0,006
0,879	0,147	-0,151	-0,174
0,279	-0,154	0,733	-0,075
-0,244	-0,406	-0,099	-0,097
-0,058	0,236	0,487	0,319
0,011	-0,030	0,015	-0,015
-0,042	0,068	-0,017	0,033
-0,022	0,166	-0,117	0,083
0,029	-0,026	0,011	-0,027
-0,074	0,081	-0,014	0,110
-0,100	0,012	-0,120	-0,152
0,000	0,000	0,000	0,000
-0,037	-0,352	0,003	0,025
0,060	0,082	0,074	0,065
0,072	0,738	-0,016	-0,062
0,002	-0,004	0,002	0,004
-0,020	0,047	-0,023	-0,044
-0,225	0,069	0,107	0,113
-0,243	0,338	-0,485	-0,093
-0,086	0,020	-0,079	0,023
-0,905	-0,657	-0,286	-0,027
0,350	0,061	0,114	0,142
0,151	-0,053	0,148	-0,012
0,060	0,082	0,074	0,065
-0,014	-0,006	-0,008	-0,004
0,362	0,147	0,209	0,100
-0,021	0,005	-0,009	0,192
0,046	-0,012	0,020	-0,433
-0,164	0,160	-0,100	0,107
0,211	0,114	0,141	0,082

0,108	-0,072	0,113	-0,027
-0,138	0,109	-0,250	-0,020
-0,889	-0,123	-0,282	0,139
-0,070	-0,026	-0,064	-0,001
0,092	0,122	0,261	-0,009
0,164	-0,009	0,009	0,010

Tableau 126. Coordonnées standards (Variables) « FE »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Âge-1	0,245	0,596	0,731	-0,902	0,106	-0,206
Âge-2	-0,347	-0,718	0,053	0,466	0,066	-0,091
Âge-3	0,910	1,389	-4,362	1,930	-1,010	1,727
E matri-1	0,715	-3,340	0,499	1,552	-2,373	1,129
E matri-2	1,577	1,754	-1,463	1,652	0,673	2,557
E matri-3	-0,816	0,607	0,461	-0,282	-0,584	-0,509
E matri-4	0,946	-1,526	-0,641	-1,757	3,298	-1,496
N Instruction-1	1,797	2,056	-7,402	2,512	-2,357	-1,382
N Instruction-3	1,768	-0,486	0,357	-5,123	-1,426	-0,047
N Instruction-4	5,084	3,700	3,586	2,228	1,197	0,959
N Instruction-5	-0,473	-0,217	0,141	0,250	0,182	0,024
Statut E-2	-0,374	0,104	-0,284	-0,156	-0,020	0,106
Statut E-3	3,826	1,410	2,348	-0,794	1,181	-1,769
Statut E-5	0,956	-5,224	1,844	5,180	-1,892	1,095
Raison-1	1,006	-3,823	0,962	2,298	-4,114	0,896
Raison-5	0,967	-0,092	-0,397	-6,430	-4,017	4,403
Raison-8	1,465	-0,292	-4,863	0,813	0,729	-3,108
Raison-9	1,062	1,078	1,451	-0,244	0,392	-1,296
Raison-11	-0,987	0,603	0,433	0,166	-0,395	-0,827
Raison-12	0,263	-1,641	-0,148	-1,619	4,275	2,218
Raison-13	-0,389	-0,203	-0,958	-0,094	3,726	3,473
Raison-14	0,023	0,721	-1,322	1,348	0,336	4,836
Raison-15	0,132	-2,373	-0,429	0,058	1,111	1,594
Capital-1	-0,507	0,453	-0,182	-0,057	-0,484	0,173
Capital-2	0,621	-2,970	-0,264	0,683	1,827	0,018
Capital-3	3,826	1,410	2,348	-0,794	1,181	-1,769
CA-1	-0,714	0,290	0,184	0,095	0,443	0,187
CA-2	2,101	-0,046	-0,891	-1,163	-1,089	-0,776
CA-3	0,956	-5,224	1,844	5,180	-1,892	1,095
Déclaration-2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Secteur-3	0,096	-0,589	-0,346	-0,356	-0,205	-0,436
Secteur-4	5,084	3,700	3,586	2,228	1,197	0,959
Secteur-5	-0,839	0,789	0,287	0,478	0,286	0,806

Annexe 4

Effectif-1	-0,252	0,063	-0,226	-0,309	0,029	-0,086
Effectif-2	3,020	-0,762	2,715	3,704	-0,347	1,027
Besoin-3	1,056	-2,423	0,081	-0,583	-6,337	0,698
Besoin-4	0,314	0,523	-3,028	0,429	0,715	0,042
Besoin-5	0,846	-2,006	-0,212	0,044	1,468	0,069
Besoin-6	-0,596	0,538	-0,712	0,519	3,515	5,816
Besoin-7	0,967	-0,092	-0,397	-6,430	-4,017	4,403
Besoin-8	-0,964	0,673	0,600	0,209	-0,409	-0,955
Besoin-9	5,084	3,700	3,586	2,228	1,197	0,959
Vision LT-2	-0,072	-0,082	0,296	-0,100	0,094	0,055
Vision LT-3	1,797	2,056	-7,402	2,512	-2,357	-1,382
Module-1	-0,667	0,129	0,309	0,384	0,352	0,247
Module-2	1,501	-0,289	-0,696	-0,865	-0,792	-0,556
FFMF-1	1,813	-1,651	0,595	-2,200	-2,586	-1,900
FFMF-2	3,440	2,878	-1,908	2,370	-0,580	-0,211
FFMF-4	-0,770	0,283	0,555	0,616	-0,458	-0,432
FFMF-5	-0,014	-0,676	-0,562	-1,449	1,564	2,590
FFMF-6	1,134	-2,641	-2,324	-0,885	3,815	-4,835
PAEF-1	-0,698	0,554	-0,072	0,311	-0,146	-0,353
PAEF-2	1,119	-2,422	-0,144	-0,057	1,757	-1,777
PAEF-3	1,479	0,053	0,360	-1,011	-0,909	2,623

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
0,862	-0,260	-0,068	-1,407	0,135	-0,864	1,088
-0,744	0,859	0,384	1,246	0,108	0,465	-0,868
0,098	-4,148	-2,121	-0,361	-1,445	1,728	-0,338
-1,318	0,418	2,285	-0,126	-2,081	0,047	1,277
-0,895	-0,579	-1,003	1,074	-0,402	-0,713	-1,317
0,655	0,187	0,065	0,098	0,135	0,036	0,082
-0,574	-0,436	-0,953	-1,346	1,455	0,543	0,054
1,460	1,208	-0,155	-2,917	-1,450	-3,180	-0,636
1,521	0,367	-3,478	-0,001	-3,103	-0,706	-2,061
0,540	0,936	2,852	1,224	2,089	1,823	0,345
-0,229	-0,131	0,194	0,077	0,253	0,126	0,201
-0,100	-0,072	0,317	0,128	0,231	0,034	0,225
-1,169	-0,007	-1,558	-0,970	-2,448	0,202	-2,310
4,629	1,668	-4,182	-1,000	-0,414	-1,181	-0,558
-1,854	0,679	-0,863	-1,023	2,222	-0,751	0,868
5,920	1,684	-0,989	3,162	0,778	0,006	0,844
1,102	-0,131	0,386	2,974	2,012	-1,660	0,843
-0,434	-0,313	-1,071	-0,467	-1,556	-2,032	4,798
0,340	0,243	0,382	-0,118	0,376	1,009	-2,567
1,631	-4,279	3,671	-7,985	5,209	-6,712	-3,389
-3,054	5,001	-2,534	0,346	0,658	1,155	0,655

Annexe 4

-1,264	-9,505	-4,086	2,195	-1,440	6,636	-0,040
-0,246	-0,105	8,582	1,669	-10,689	1,643	2,094
-0,221	0,210	-0,294	0,020	0,266	0,299	0,208
1,689	-1,046	2,249	0,387	-0,105	-1,598	0,117
-1,169	-0,007	-1,558	-0,970	-2,448	0,202	-2,310
-0,109	-0,146	0,266	-0,270	-0,229	0,232	0,019
-0,425	0,183	-0,146	1,021	0,794	-0,538	0,034
4,629	1,668	-4,182	-1,000	-0,414	-1,181	-0,558
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,288	0,368	0,402	-0,662	0,085	0,732	-0,817
0,540	0,936	2,852	1,224	2,089	1,823	0,345
-0,680	-0,899	-1,211	1,254	-0,441	-1,783	1,693
-0,215	-0,108	0,055	-0,009	-0,070	-0,027	0,009
2,584	1,302	-0,665	0,112	0,838	0,321	-0,107
-8,337	-0,310	2,455	-1,046	4,858	-0,320	2,294
0,163	2,813	-0,552	-3,454	0,412	4,438	2,886
0,436	-2,440	-0,176	0,097	-1,474	-0,196	-0,756
-4,315	5,047	-2,623	3,795	-0,806	-8,133	-4,936
5,920	1,684	-0,989	3,162	0,778	0,006	0,844
0,238	-0,089	0,078	0,204	0,053	-0,424	-0,205
0,540	0,936	2,852	1,224	2,089	1,823	0,345
-0,058	-0,048	0,006	0,117	0,058	0,127	0,025
1,460	1,208	-0,155	-2,917	-1,450	-3,180	-0,636
0,156	-0,088	-0,510	-0,511	0,339	-0,029	0,252
-0,351	0,198	1,147	1,149	-0,762	0,065	-0,566
-5,607	-0,630	-1,756	-2,105	-1,063	-0,870	-1,335
1,000	1,072	1,348	-0,847	0,319	-0,679	-0,146
0,430	-0,599	-0,484	0,256	-0,078	-0,004	-0,218
0,336	1,596	1,190	-1,134	-0,471	0,550	0,651
0,743	-1,470	0,927	8,866	5,475	-0,140	2,322
0,048	0,428	0,457	0,050	-0,688	-0,537	-0,182
0,175	1,051	-2,917	0,400	0,050	1,926	0,761
-0,302	-2,295	0,781	-0,490	2,299	0,287	0,011

F14	F15	F16	F17
-3,166	-0,043	1,645	-0,562
2,630	0,156	-1,463	0,473
0,316	-0,779	0,466	0,017
-0,686	0,634	1,339	1,090
-0,976	-1,254	-0,218	0,118
-0,085	-0,043	-0,783	-0,205
1,809	0,938	2,150	-0,167
1,942	0,882	1,774	1,167
0,662	0,937	-0,821	1,413
0,321	0,490	0,627	0,754

Annexe 4

-0,163	-0,148	-0,035	-0,216
0,034	-0,090	0,131	-0,007
-0,117	0,998	-0,991	0,963
-0,539	0,075	-1,023	-1,770
-0,873	0,244	-0,059	-0,226
1,877	0,368	0,967	1,653
-1,414	0,072	-0,310	1,395
1,905	-3,255	-2,248	-0,418
-1,174	1,570	-0,314	-0,065
4,716	0,885	-1,285	-2,028
1,495	-0,926	6,227	-0,875
-1,310	-2,441	-0,842	-1,133
-0,310	1,415	4,135	3,722
0,057	-0,182	0,127	-0,174
-0,226	0,409	-0,142	0,387
-0,117	0,998	-0,991	0,963
0,154	-0,158	0,092	-0,311
-0,399	0,487	-0,121	1,281
-0,539	0,075	-1,023	-1,770
0,000	0,000	0,000	0,000
-0,201	-2,116	0,027	0,296
0,321	0,490	0,627	0,754
0,387	4,435	-0,136	-0,724
0,009	-0,024	0,017	0,042
-0,109	0,282	-0,198	-0,508
-1,207	0,414	0,906	1,318
-1,304	2,032	-4,123	-1,083
-0,461	0,117	-0,669	0,264
-4,857	-3,948	-2,432	-0,317
1,877	0,368	0,967	1,653
0,811	-0,317	1,255	-0,134
0,321	0,490	0,627	0,754
-0,078	-0,035	-0,071	-0,047
1,942	0,882	1,774	1,167
-0,111	0,033	-0,075	2,242
0,249	-0,073	0,168	-5,044
-0,881	0,960	-0,851	1,245
1,132	0,686	1,200	0,961
0,580	-0,433	0,964	-0,310
-0,738	0,655	-2,126	-0,231
-4,771	-0,737	-2,393	1,622
-0,375	-0,156	-0,543	-0,009
0,496	0,735	2,215	-0,102
0,879	-0,057	0,074	0,113

Tableau 127. Contributions (Variables) « FE »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Âge-1	0,169	1,003	1,505	2,294	0,031	0,120
Âge-2	0,402	1,719	0,009	0,725	0,015	0,028
Âge-3	0,424	0,989	9,758	1,910	0,524	1,530
E matri-1	0,393	8,581	0,191	1,852	4,331	0,980
E matri-2	2,550	3,155	2,194	2,798	0,464	6,707
E matri-3	2,559	1,419	0,819	0,306	1,314	0,996
E matri-4	0,918	2,390	0,422	3,167	11,158	2,296
N Instruction-1	0,828	1,084	14,047	1,618	1,424	0,490
N Instruction-3	1,603	0,121	0,065	13,461	1,042	0,001
N Instruction-4	6,627	3,511	3,298	1,273	0,368	0,236
N Instruction-5	1,265	0,267	0,112	0,353	0,187	0,003
Statut E-2	0,826	0,064	0,477	0,144	0,002	0,067
Statut E-3	7,508	1,020	2,828	0,323	0,716	1,605
Statut E-5	0,234	6,998	0,872	6,879	0,917	0,307
Raison-1	0,519	7,497	0,475	2,709	8,682	0,412
Raison-5	0,240	0,002	0,040	10,603	4,137	4,970
Raison-8	1,101	0,044	12,128	0,339	0,273	4,955
Raison-9	1,445	1,490	2,698	0,076	0,197	2,152
Raison-11	2,749	1,025	0,528	0,078	0,440	1,927
Raison-12	0,018	0,691	0,006	0,672	4,686	1,261
Raison-13	0,078	0,021	0,471	0,005	7,120	6,184
Raison-14	0,000	0,133	0,448	0,466	0,029	5,998
Raison-15	0,004	1,444	0,047	0,001	0,316	0,652
Capital-1	1,318	1,052	0,170	0,017	1,199	0,154
Capital-2	0,396	9,046	0,072	0,479	3,425	0,000
Capital-3	7,508	1,020	2,828	0,323	0,716	1,605
CA-1	2,482	0,409	0,166	0,044	0,958	0,171
CA-2	6,792	0,003	1,221	2,079	1,824	0,926
CA-3	0,234	6,998	0,872	6,879	0,917	0,307
Déclaration- 2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Secteur-3	0,040	1,511	0,523	0,553	0,183	0,828
Secteur-4	6,627	3,511	3,298	1,273	0,368	0,236
Secteur-5	1,445	1,276	0,170	0,469	0,168	1,333
Effectif-1	0,390	0,025	0,315	0,586	0,005	0,045
Effectif-2	4,677	0,298	3,780	7,035	0,062	0,541
Besoin-3	0,286	1,505	0,002	0,087	10,298	0,125
Besoin-4	0,076	0,211	7,054	0,142	0,393	0,001
Besoin-5	1,101	6,193	0,069	0,003	3,318	0,007
Besoin-6	0,091	0,074	0,130	0,069	3,168	8,672
Besoin-7	0,240	0,002	0,040	10,603	4,137	4,970

Annexe 4

Besoin-8	3,097	1,508	1,199	0,145	0,557	3,039
Besoin-9	6,627	3,511	3,298	1,273	0,368	0,236
Vision LT-2	0,033	0,043	0,562	0,065	0,057	0,020
Vision LT-3	0,828	1,084	14,047	1,618	1,424	0,490
Module-1	2,053	0,076	0,442	0,682	0,572	0,282
Module-2	4,619	0,172	0,994	1,535	1,287	0,634
FFMF-1	1,685	1,398	0,182	2,482	3,429	1,851
FFMF-2	6,069	4,248	1,866	2,880	0,172	0,023
FFMF-4	2,282	0,308	1,183	1,460	0,807	0,718
FFMF-5	0,000	0,703	0,485	3,231	3,765	10,317
FFMF-6	0,330	1,788	1,385	0,201	3,732	5,993
PAEF-1	2,125	1,339	0,023	0,422	0,093	0,544
PAEF-2	1,285	6,017	0,021	0,003	3,165	3,238
PAEF-3	2,803	0,004	0,166	1,312	1,060	8,819

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
2,095	0,191	0,013	5,584	0,052	2,105	3,337
1,847	2,457	0,490	5,176	0,039	0,721	2,514
0,005	8,826	2,306	0,067	1,071	1,531	0,059
1,336	0,134	4,016	0,012	3,332	0,002	1,254
0,821	0,343	1,032	1,183	0,166	0,522	1,778
1,652	0,134	0,016	0,037	0,070	0,005	0,026
0,338	0,195	0,932	1,859	2,173	0,302	0,003
0,547	0,374	0,006	2,182	0,539	2,593	0,104
1,186	0,069	6,203	0,000	4,939	0,256	2,178
0,075	0,224	2,085	0,384	1,119	0,852	0,030
0,296	0,097	0,211	0,034	0,361	0,089	0,227
0,059	0,030	0,594	0,096	0,314	0,007	0,299
0,701	0,000	1,244	0,482	3,072	0,021	2,737
5,495	0,714	4,485	0,256	0,044	0,358	0,080
1,763	0,236	0,382	0,537	2,533	0,289	0,387
8,985	0,728	0,251	2,563	0,155	0,000	0,182
0,622	0,009	0,076	4,537	2,077	1,414	0,364
0,242	0,126	1,471	0,280	3,106	5,292	29,517
0,327	0,166	0,411	0,039	0,399	2,870	18,580
0,682	4,695	3,455	16,350	6,957	11,553	2,945
4,782	12,828	3,292	0,061	0,222	0,685	0,220
0,410	23,167	4,281	1,235	0,532	11,293	0,000
0,016	0,003	18,883	0,714	29,293	0,692	1,124
0,250	0,226	0,444	0,002	0,362	0,460	0,221
2,926	1,123	5,189	0,154	0,011	2,618	0,014
0,701	0,000	1,244	0,482	3,072	0,021	2,737
0,058	0,103	0,345	0,354	0,256	0,263	0,002
0,278	0,052	0,033	1,603	0,970	0,446	0,002

Annexe 4

5,495	0,714	4,485	0,256	0,044	0,358	0,080
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,362	0,590	0,705	1,912	0,031	2,334	2,909
0,075	0,224	2,085	0,384	1,119	0,852	0,030
0,947	1,658	3,008	3,227	0,400	6,519	5,878
0,285	0,072	0,019	0,001	0,030	0,004	0,000
3,425	0,869	0,227	0,006	0,360	0,053	0,006
17,822	0,025	1,546	0,281	6,052	0,026	1,350
0,020	6,088	0,234	9,180	0,130	15,153	6,407
0,292	9,161	0,048	0,014	3,342	0,059	0,879
4,775	6,532	1,764	3,692	0,167	16,959	6,247
8,985	0,728	0,251	2,563	0,155	0,000	0,182
0,188	0,026	0,020	0,138	0,009	0,600	0,140
0,075	0,224	2,085	0,384	1,119	0,852	0,030
0,022	0,015	0,000	0,087	0,022	0,104	0,004
0,547	0,374	0,006	2,182	0,539	2,593	0,104
0,113	0,036	1,199	1,205	0,530	0,004	0,292
0,253	0,081	2,698	2,710	1,193	0,009	0,657
16,125	0,204	1,581	2,273	0,579	0,388	0,914
0,513	0,589	0,932	0,368	0,052	0,236	0,011
0,712	1,382	0,899	0,253	0,023	0,000	0,182
0,174	3,921	2,179	1,980	0,341	0,465	0,652
0,141	0,554	0,220	20,156	7,686	0,005	1,382
0,010	0,797	0,909	0,011	2,062	1,259	0,145
0,032	1,133	8,725	0,164	0,003	3,803	0,595
0,117	6,752	0,781	0,308	6,775	0,105	0,000

F14	F15	F16	F17
28,264	0,005	7,631	0,892
23,055	0,081	7,139	0,746
0,051	0,311	0,111	0,000
0,361	0,310	1,380	0,914
0,977	1,613	0,049	0,014
0,028	0,007	2,357	0,162
3,357	0,902	4,740	0,028
0,967	0,199	0,807	0,349
0,224	0,451	0,345	1,024
0,026	0,061	0,101	0,146
0,150	0,123	0,007	0,263
0,007	0,048	0,101	0,000
0,007	0,511	0,503	0,476
0,075	0,001	0,268	0,803
0,391	0,031	0,002	0,026
0,904	0,035	0,240	0,701
1,026	0,003	0,049	0,998

Annexe 4

4,653	13,584	6,477	0,224
3,887	6,950	0,278	0,012
5,702	0,201	0,423	1,054
1,146	0,440	19,884	0,393
0,440	1,527	0,182	0,329
0,025	0,513	4,384	3,553
0,017	0,169	0,083	0,155
0,052	0,172	0,021	0,153
0,007	0,511	0,503	0,476
0,116	0,121	0,041	0,473
0,245	0,365	0,023	2,525
0,075	0,001	0,268	0,803
0,000	0,000	0,000	0,000
0,176	19,513	0,003	0,383
0,026	0,061	0,101	0,146
0,308	40,343	0,038	1,075
0,001	0,003	0,002	0,011
0,006	0,041	0,020	0,132
0,374	0,044	0,210	0,445
1,307	3,175	13,076	0,902
0,328	0,021	0,689	0,108
6,048	3,997	1,516	0,026
0,904	0,035	0,240	0,701
2,193	0,335	5,252	0,060
0,026	0,061	0,101	0,146
0,039	0,008	0,032	0,014
0,967	0,199	0,807	0,349
0,057	0,005	0,026	23,196
0,128	0,011	0,058	52,192
0,398	0,473	0,372	0,795
0,657	0,241	0,739	0,473
1,293	0,720	3,571	0,369
0,837	0,661	6,955	0,082
5,836	0,139	1,469	0,675
0,614	0,106	1,286	0,000
0,252	0,555	5,033	0,011
0,991	0,004	0,007	0,016

Tableau 128. Cosinus Carrés (Variables) « FE »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Âge-1	0,022	0,090	0,117	0,152	0,002	0,006
Âge-2	0,059	0,177	0,001	0,056	0,001	0,001
Âge-3	0,034	0,055	0,473	0,079	0,017	0,044
E matri-1	0,033	0,501	0,010	0,080	0,143	0,030
E matri-2	0,221	0,192	0,116	0,127	0,016	0,211
E matri-3	0,443	0,173	0,087	0,028	0,091	0,063
E matri-4	0,080	0,146	0,022	0,143	0,386	0,072
N Instruction-1	0,063	0,058	0,654	0,064	0,043	0,014
N Instruction-3	0,127	0,007	0,003	0,559	0,033	0,000
N Instruction-4	0,505	0,188	0,153	0,051	0,011	0,007
N Instruction-5	0,602	0,090	0,033	0,088	0,036	0,001
Statut E-2	0,525	0,029	0,185	0,048	0,001	0,015
Statut E-3	0,596	0,057	0,137	0,013	0,023	0,046
Statut E-5	0,018	0,376	0,041	0,274	0,028	0,009
Raison-1	0,041	0,419	0,023	0,112	0,275	0,012
Raison-5	0,018	0,000	0,002	0,422	0,126	0,138
Raison-8	0,087	0,002	0,588	0,014	0,009	0,143
Raison-9	0,131	0,095	0,149	0,004	0,007	0,071
Raison-11	0,349	0,092	0,041	0,005	0,022	0,089
Raison-12	0,001	0,037	0,000	0,027	0,143	0,035
Raison-13	0,006	0,001	0,023	0,000	0,226	0,179
Raison-14	0,000	0,007	0,021	0,019	0,001	0,166
Raison-15	0,000	0,078	0,002	0,000	0,010	0,018
Capital-1	0,418	0,235	0,033	0,003	0,152	0,018
Capital-2	0,034	0,552	0,004	0,022	0,118	0,000
Capital-3	0,596	0,057	0,137	0,013	0,023	0,046
CA-1	0,676	0,078	0,028	0,006	0,104	0,017
CA-2	0,647	0,000	0,071	0,104	0,069	0,032
CA-3	0,018	0,376	0,041	0,274	0,028	0,009
Déclaration- 2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Secteur-3	0,008	0,225	0,068	0,061	0,016	0,064
Secteur-4	0,505	0,188	0,153	0,051	0,011	0,007
Secteur-5	0,153	0,095	0,011	0,026	0,007	0,051
Effectif-1	0,371	0,017	0,183	0,292	0,002	0,016
Effectif-2	0,371	0,017	0,183	0,292	0,002	0,016
Besoin-3	0,022	0,081	0,000	0,003	0,313	0,003
Besoin-4	0,006	0,012	0,357	0,006	0,013	0,000
Besoin-5	0,105	0,416	0,004	0,000	0,126	0,000
Besoin-6	0,007	0,004	0,006	0,003	0,096	0,240
Besoin-7	0,018	0,000	0,002	0,422	0,126	0,138

Annexe 4

Besoin-8	0,454	0,156	0,107	0,011	0,033	0,162
Besoin-9	0,505	0,188	0,153	0,051	0,011	0,007
Vision LT-2	0,063	0,058	0,654	0,064	0,043	0,014
Vision LT-3	0,063	0,058	0,654	0,064	0,043	0,014
Module-1	0,489	0,013	0,064	0,085	0,054	0,024
Module-2	0,489	0,013	0,064	0,085	0,054	0,024
FFMF-1	0,134	0,078	0,009	0,103	0,109	0,053
FFMF-2	0,482	0,238	0,090	0,120	0,005	0,001
FFMF-4	0,395	0,038	0,125	0,132	0,056	0,045
FFMF-5	0,000	0,047	0,028	0,161	0,143	0,358
FFMF-6	0,025	0,096	0,064	0,008	0,114	0,166
PAEF-1	0,450	0,200	0,003	0,047	0,008	0,042
PAEF-2	0,111	0,367	0,001	0,000	0,109	0,102
PAEF-3	0,254	0,000	0,009	0,062	0,038	0,291

Source : Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
0,085	0,007	0,000	0,158	0,001	0,037	0,039
0,086	0,108	0,020	0,169	0,001	0,015	0,034
0,000	0,210	0,051	0,001	0,017	0,017	0,000
0,035	0,003	0,092	0,000	0,056	0,000	0,010
0,023	0,009	0,025	0,023	0,003	0,006	0,014
0,091	0,007	0,001	0,001	0,002	0,000	0,000
0,009	0,005	0,022	0,036	0,038	0,004	0,000
0,013	0,009	0,000	0,037	0,008	0,027	0,001
0,030	0,002	0,136	0,000	0,079	0,003	0,016
0,002	0,005	0,044	0,007	0,017	0,009	0,000
0,045	0,014	0,028	0,004	0,035	0,006	0,010
0,012	0,006	0,104	0,014	0,040	0,001	0,018
0,018	0,000	0,027	0,009	0,049	0,000	0,020
0,133	0,016	0,094	0,004	0,001	0,004	0,001
0,045	0,006	0,008	0,009	0,041	0,003	0,003
0,218	0,017	0,005	0,043	0,002	0,000	0,001
0,016	0,000	0,002	0,080	0,033	0,016	0,003
0,007	0,003	0,037	0,006	0,057	0,066	0,249
0,013	0,006	0,014	0,001	0,010	0,050	0,220
0,017	0,107	0,073	0,277	0,107	0,122	0,021
0,121	0,305	0,072	0,001	0,004	0,008	0,002
0,010	0,528	0,090	0,021	0,008	0,119	0,000
0,000	0,000	0,397	0,012	0,451	0,007	0,008
0,025	0,021	0,039	0,000	0,023	0,020	0,007
0,081	0,029	0,124	0,003	0,000	0,031	0,000
0,018	0,000	0,027	0,009	0,049	0,000	0,020
0,005	0,008	0,026	0,021	0,014	0,010	0,000
0,008	0,001	0,001	0,034	0,019	0,006	0,000

Annexe 4

0,133	0,016	0,094	0,004	0,001	0,004	0,001
0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
0,024	0,037	0,041	0,090	0,001	0,068	0,057
0,002	0,005	0,044	0,007	0,017	0,009	0,000
0,032	0,053	0,088	0,076	0,009	0,095	0,058
0,087	0,021	0,005	0,000	0,006	0,001	0,000
0,087	0,021	0,005	0,000	0,006	0,001	0,000
0,433	0,001	0,033	0,005	0,093	0,000	0,010
0,001	0,151	0,005	0,169	0,002	0,173	0,049
0,009	0,261	0,001	0,000	0,064	0,001	0,008
0,116	0,149	0,037	0,063	0,003	0,179	0,044
0,218	0,017	0,005	0,043	0,002	0,000	0,001
0,009	0,001	0,001	0,005	0,000	0,012	0,002
0,002	0,005	0,044	0,007	0,017	0,009	0,000
0,013	0,009	0,000	0,037	0,008	0,027	0,001
0,013	0,009	0,000	0,037	0,008	0,027	0,001
0,009	0,003	0,079	0,064	0,026	0,000	0,006
0,009	0,003	0,079	0,064	0,026	0,000	0,006
0,408	0,005	0,035	0,040	0,009	0,004	0,007
0,013	0,014	0,020	0,006	0,001	0,003	0,000
0,039	0,072	0,043	0,010	0,001	0,000	0,003
0,005	0,112	0,057	0,042	0,007	0,006	0,006
0,003	0,013	0,005	0,342	0,118	0,000	0,010
0,001	0,051	0,053	0,001	0,088	0,037	0,003
0,001	0,029	0,209	0,003	0,000	0,046	0,005
0,003	0,183	0,020	0,006	0,124	0,001	0,000

F14	F15	F16	F17
0,255	0,000	0,027	0,002
0,240	0,001	0,030	0,002
0,000	0,001	0,000	0,000
0,002	0,001	0,003	0,001
0,006	0,008	0,000	0,000
0,000	0,000	0,012	0,000
0,021	0,004	0,012	0,000
0,005	0,001	0,002	0,000
0,001	0,002	0,001	0,001
0,000	0,000	0,000	0,000
0,005	0,003	0,000	0,002
0,000	0,002	0,002	0,000
0,000	0,002	0,001	0,001
0,000	0,000	0,001	0,001
0,002	0,000	0,000	0,000
0,005	0,000	0,001	0,001
0,006	0,000	0,000	0,001

Annexe 4

0,030	0,070	0,017	0,000
0,035	0,050	0,001	0,000
0,031	0,001	0,001	0,001
0,006	0,002	0,045	0,000
0,002	0,007	0,000	0,000
0,000	0,002	0,009	0,004
0,000	0,003	0,001	0,001
0,000	0,001	0,000	0,000
0,000	0,002	0,001	0,001
0,002	0,002	0,000	0,002
0,002	0,002	0,000	0,004
0,000	0,000	0,001	0,001
0,000	0,000	0,000	0,000
0,003	0,234	0,000	0,001
0,000	0,000	0,000	0,000
0,002	0,242	0,000	0,002
0,000	0,000	0,000	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000
0,002	0,000	0,000	0,001
0,008	0,015	0,031	0,001
0,002	0,000	0,002	0,000
0,033	0,017	0,003	0,000
0,005	0,000	0,001	0,001
0,023	0,003	0,022	0,000
0,000	0,000	0,000	0,000
0,005	0,001	0,002	0,000
0,005	0,001	0,002	0,000
0,001	0,000	0,000	0,083
0,001	0,000	0,000	0,083
0,002	0,002	0,001	0,001
0,004	0,001	0,002	0,001
0,016	0,007	0,018	0,001
0,006	0,004	0,019	0,000
0,032	0,001	0,003	0,001
0,009	0,001	0,008	0,000
0,002	0,003	0,012	0,000
0,006	0,000	0,000	0,000

Tableau 129. Valeurs test (Variables) « FE »

	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Âge-1	0,733	1,498	1,709	-1,952	0,200	-0,372
Âge-2	-1,214	-2,106	0,145	1,178	0,146	-0,192
Âge-3	0,918	1,176	-3,439	1,408	-0,644	1,051
E matri-1	0,902	-3,538	0,492	1,416	-1,892	0,859
E matri-2	2,350	2,194	-1,703	1,780	0,633	2,299
E matri-3	-3,329	2,080	1,471	-0,833	-1,507	-1,252
E matri-4	1,410	-1,909	-0,747	-1,893	3,105	-1,345
N Instruction-1	1,256	1,206	-4,043	1,269	-1,041	-0,583
N Instruction-3	1,784	-0,411	0,281	-3,737	-0,909	-0,029
N Instruction-4	3,553	2,171	1,959	1,126	0,529	0,404
N Instruction-5	-3,881	-1,496	0,903	1,483	0,944	0,116
Statut E-2	-3,622	0,849	-2,150	-1,092	-0,125	0,620
Statut E-3	3,860	1,194	1,851	-0,579	0,753	-1,076
Statut E-5	0,668	-3,065	1,007	2,618	-0,835	0,462
Raison-1	1,015	-3,237	0,759	1,676	-2,623	0,545
Raison-5	0,676	-0,054	-0,217	-3,250	-1,774	1,856
Raison-8	1,478	-0,248	-3,834	0,593	0,465	-1,891
Raison-9	1,811	1,543	1,933	-0,301	0,422	-1,333
Raison-11	-2,954	1,514	1,012	0,360	-0,747	-1,492
Raison-12	0,184	-0,963	-0,081	-0,818	1,888	0,935
Raison-13	-0,392	-0,172	-0,755	-0,069	2,375	2,113
Raison-14	0,016	0,423	-0,722	0,681	0,148	2,039
Raison-15	0,092	-1,392	-0,234	0,030	0,491	0,672
Capital-1	-3,234	2,426	-0,907	-0,264	-1,950	0,667
Capital-2	0,926	-3,714	-0,308	0,736	1,720	0,016
Capital-3	3,860	1,194	1,851	-0,579	0,753	-1,076
CA-1	-4,110	1,400	0,829	0,393	1,613	0,651
CA-2	4,022	-0,075	-1,333	-1,609	-1,317	-0,896
CA-3	0,668	-3,065	1,007	2,618	-0,835	0,462
Déclaration-2						
Secteur-3	0,461	-2,374	-1,300	-1,237	-0,623	-1,263
Secteur-4	3,553	2,171	1,959	1,126	0,529	0,404
Secteur-5	-1,956	1,542	0,523	0,805	0,421	1,133
Effectif-1	-3,047	0,645	-2,141	-2,702	0,221	-0,625
Effectif-2	3,047	-0,645	2,141	2,702	-0,221	0,625
Besoin-3	0,738	-1,421	0,044	-0,295	-2,799	0,294
Besoin-4	0,397	0,554	-2,987	0,392	0,570	0,032
Besoin-5	1,620	-3,223	-0,316	0,061	1,776	0,079
Besoin-6	-0,416	0,316	-0,389	0,262	1,552	2,452
Besoin-7	0,676	-0,054	-0,217	-3,250	-1,774	1,856
Besoin-8	-3,369	1,973	1,638	0,527	-0,903	-2,013

Annexe 4

Besoin-9	3,553	2,171	1,959	1,126	0,529	0,404
Vision LT-2	-1,256	-1,206	4,043	-1,269	1,041	0,583
Vision LT-3	1,256	1,206	-4,043	1,269	-1,041	-0,583
Module-1	-3,496	0,566	1,268	1,457	1,166	0,781
Module-2	3,496	-0,566	-1,268	-1,457	-1,166	-0,781
FFMF-1	1,829	-1,398	0,469	-1,605	-1,648	-1,156
FFMF-2	3,471	2,437	-1,504	1,729	-0,370	-0,129
FFMF-4	-3,143	0,969	1,769	1,818	-1,181	-1,063
FFMF-5	-0,028	-1,086	-0,840	-2,006	1,892	2,990
FFMF-6	0,793	-1,549	-1,270	-0,447	1,685	-2,038
PAEF-1	-3,354	2,235	-0,270	1,080	-0,443	-1,024
PAEF-2	1,668	-3,029	-0,167	-0,062	1,654	-1,597
PAEF-3	2,522	0,076	0,479	-1,247	-0,979	2,698
<i>Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil alpha=0.05</i>						

Source.: Construit par nos soins à partir des données de l'enquête (2015).

F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
1,456	-0,426	-0,106	-1,985	0,182	-0,961	0,993
-1,469	1,642	0,704	2,053	0,169	0,604	-0,926
0,056	-2,290	-1,124	-0,172	-0,655	0,648	-0,104
-0,939	0,288	1,515	-0,075	-1,181	0,022	0,492
-0,753	-0,472	-0,785	0,755	-0,269	-0,395	-0,599
1,510	0,417	0,139	0,188	0,248	0,055	0,101
-0,483	-0,355	-0,746	-0,946	0,975	0,301	0,024
0,576	0,462	-0,057	-0,961	-0,456	-0,826	-0,136
0,866	0,203	-1,843	-0,001	-1,408	-0,265	-0,634
0,213	0,358	1,047	0,403	0,657	0,474	0,074
-1,060	-0,587	0,834	0,298	0,933	0,384	0,502
-0,544	-0,381	1,613	0,583	1,004	0,122	0,665
-0,666	-0,004	-0,826	-0,461	-1,110	0,076	-0,711
1,827	0,638	-1,536	-0,329	-0,130	-0,307	-0,119
-1,056	0,375	-0,458	-0,487	1,008	-0,281	0,267
2,336	0,644	-0,363	1,042	0,244	0,002	0,180
0,627	-0,072	0,204	1,415	0,913	-0,623	0,259
-0,418	-0,292	-0,960	-0,376	-1,193	-1,288	2,496
0,575	0,398	0,600	-0,167	0,506	1,122	-2,343
0,644	-1,636	1,348	-2,632	1,637	-1,744	-0,723
-1,739	2,760	-1,343	0,165	0,299	0,433	0,202
-0,499	-3,635	-1,500	0,723	-0,452	1,724	-0,009
-0,097	-0,040	3,151	0,550	-3,359	0,427	0,447
-0,796	0,733	-0,986	0,059	0,762	0,710	0,404
1,421	-0,853	1,761	0,272	-0,070	-0,885	0,053
-0,666	-0,004	-0,826	-0,461	-1,110	0,076	-0,711
-0,355	-0,459	0,806	-0,732	-0,593	0,497	0,033

Annexe 4

-0,460	0,192	-0,147	0,921	0,684	-0,383	0,020
1,827	0,638	-1,536	-0,329	-0,130	-0,307	-0,119
0,781	0,967	1,015	-1,500	0,183	1,306	-1,197
0,213	0,358	1,047	0,403	0,657	0,474	0,074
-0,894	-1,146	-1,482	1,378	-0,462	-1,544	1,203
-1,472	-0,719	0,353	-0,053	-0,380	-0,120	0,033
1,472	0,719	-0,353	0,053	0,380	0,120	-0,033
-3,290	-0,119	0,902	-0,345	1,527	-0,083	0,489
0,116	1,943	-0,366	-2,056	0,234	2,082	1,111
0,471	-2,555	-0,177	0,087	-1,268	-0,139	-0,441
-1,703	1,930	-0,963	1,251	-0,253	-2,113	-1,052
2,336	0,644	-0,363	1,042	0,244	0,002	0,180
0,469	-0,170	0,143	0,336	0,083	-0,551	-0,219
0,213	0,358	1,047	0,403	0,657	0,474	0,074
-0,576	-0,462	0,057	0,961	0,456	0,826	0,136
0,576	0,462	-0,057	-0,961	-0,456	-0,826	-0,136
0,462	-0,253	-1,404	-1,263	0,799	-0,056	0,402
-0,462	0,253	1,404	1,263	-0,799	0,056	-0,402
-3,194	-0,348	-0,931	-1,001	-0,482	-0,326	-0,411
0,570	0,592	0,715	-0,403	0,145	-0,254	-0,045
0,992	-1,339	-1,037	0,493	-0,142	-0,006	-0,271
0,363	1,672	1,197	-1,024	-0,405	0,391	0,380
0,293	-0,562	0,340	2,922	1,721	-0,036	0,495
0,129	1,124	1,152	0,113	-1,485	-0,959	-0,267
0,148	0,857	-2,283	0,281	0,033	1,067	0,346
-0,291	-2,141	0,699	-0,394	1,763	0,182	0,006

F14	F15	F16	F17
-2,527	-0,031	0,829	-0,206
2,451	0,130	-0,861	0,203
0,085	-0,187	0,079	0,002
-0,231	0,191	0,285	0,169
-0,388	-0,445	-0,055	0,022
-0,093	-0,041	-0,538	-0,103
0,719	0,333	0,539	-0,030
0,362	0,147	0,209	0,100
0,178	0,225	-0,139	0,175
0,060	0,082	0,074	0,065
-0,356	-0,288	-0,048	-0,217
0,087	-0,208	0,213	-0,008
-0,031	0,240	-0,168	0,119
-0,100	0,012	-0,120	-0,152
-0,235	0,059	-0,010	-0,028
0,350	0,061	0,114	0,142

Annexe 4

-0,381	0,017	-0,053	0,173
0,866	-1,322	-0,645	-0,087
-0,937	1,119	-0,158	-0,024
0,879	0,147	-0,151	-0,174
0,402	-0,222	1,058	-0,108
-0,244	-0,406	-0,099	-0,097
-0,058	0,236	0,487	0,319
0,097	-0,276	0,137	-0,136
-0,090	0,145	-0,036	0,071
-0,031	0,240	-0,168	0,119
0,237	-0,216	0,089	-0,220
-0,204	0,222	-0,039	0,301
-0,100	0,012	-0,120	-0,152
-0,258	-2,421	0,022	0,175
0,060	0,082	0,074	0,065
0,241	2,461	-0,053	-0,207
0,029	-0,068	0,034	0,063
-0,029	0,068	-0,034	-0,063
-0,225	0,069	0,107	0,113
-0,439	0,611	-0,876	-0,168
-0,236	0,054	-0,216	0,062
-0,905	-0,657	-0,286	-0,027
0,350	0,061	0,114	0,142
0,756	-0,264	0,739	-0,058
0,060	0,082	0,074	0,065
-0,362	-0,147	-0,209	-0,100
0,362	0,147	0,209	0,100
-0,155	0,041	-0,066	1,442
0,155	-0,041	0,066	-1,442
-0,237	0,231	-0,145	0,154
0,304	0,165	0,204	0,119
0,631	-0,420	0,662	-0,155
-0,377	0,299	-0,685	-0,054
-0,889	-0,123	-0,282	0,139
-0,481	-0,179	-0,439	-0,005
0,197	0,261	0,556	-0,019
0,400	-0,023	0,021	0,024

Questionnaire- réponses du magistrat au tribunal

Questionnaire

Le présent questionnaire est conçu en vue de réaliser une entrevue auprès d'un spécialiste en droit et plus spécialement en droit de la famille.

Après avoir obtenu nos résultats d'enquête de terrain réalisée auprès d'un échantillon de 500 jeunes femmes étant en fin de cycle pour leur formation au niveau de l'université, l'INSFP, du CFPA mixte et du CFPA féminin. L'objectif a été de détecter à la fois, les femmes déjà dans le domaine autrement dit dirigeante et/ou gérantes de leurs propres entreprises et celles potentiellement créatrices de leurs propres entreprises à l'avenir (l'intention entrepreneuriale).

En effet, cette étude nous a permis de dresser une image de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, du côté des femmes déjà entrepreneures et de celui des femmes potentiellement entrepreneures.

Cependant, l'obstacle principalement soulevé par, pratiquement la totalité des femmes enquêtées est, sur le plan financier.

Ainsi et afin d'approfondir la question d'héritage, qui justement, est liée au pouvoir financier, nous faisons appel à un spécialiste en la question afin de compléter nos résultats d'enquête.

Sur ce, cette entrevue s'inscrit dans la réalisation d'un travail de recherche (une thèse de doctorat) portant sur le thème de « l'entrepreneuriat féminin en Algérie », au niveau de l'université Abderrahmane Mira de Béjaïa. Convaincus que votre contribution sera d'un apport considérable et viendra enrichir la qualité de cette recherche, nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions qui suivent. En tout état de cause, vous pouvez choisir de ne pas répondre à une question donnée. Les informations recueillies auront une finalité strictement scientifique et nous nous engageons à garantir l'anonymat de chacune de vous.

Réalisé par : Mme Lillia Hitache

Sous la direction du Dr Youghourta Bellache

« La question d'héritage en Algérie »

Quelle est la définition attribuée à l'héritage en Algérie ? Pouvez-vous nous donner une référence ?

Définition de l'héritage ; on ne retrouve aucune définition de l'héritage dans le code de la famille algérien ; ce dernier donne des dispositions générales sur la succession comme la base de la vocation héréditaire ou bien les personnes exclus...etc. Mais, on peut le définir comme telle « ce que laisse le défunt comme biens immobiliers et mobiliers après son décès et qui sont octroyés de façon précise à ses ayants droits »

Selon le droit de la famille, quelle est la part d'héritage définie selon les sexes ? Homme et femme ? Référence ?

-D'après le code de la famille, entièrement inspiré de la religion musulmane ;

L'homme hérite toujours plus que la femme car d'après la religion, les hommes sont les protecteurs des femmes et c'est eux qui les prennent en charge, on cite en exemples :

- Le mari dont l'épouse laisse une descendance hérite du quart de la succession et si l'épouse ne laisse pas de descendance, il hériterait de la moitié, tant dit que l'épouse hérite du huitième si l'époux laisse une descendance et hérite du quart s'il n'en laisse pas.
- Dans tous les cas, il est procédé au partage de sorte que l'héritier reçoive une part double de celle de l'héritière (Si les ayants droits sont de sexes différents fils et filles, frères et sœurs germains ou consanguins). Réf : code la famille artiles139-157.

Reposant sur le JORADP, comment expliquez-vous la définition des parts suivantes comparativement aux deux sexes : Droit à la moitié, au huitième, au quart, aux deux tiers, aux tiers et au sixième ?

- La succession ne peut être expliquée que par la religion car elle a été copiée intégralement du coran sans aucune modification. Alors, la loi et la jurisprudence n'ont rien apporté dans ce sens.

Sur le plan juridique et en tant que spécialiste en droit, y'a-t-il des inégalités dans le partage de l'héritage entre les deux sexes ?

- Oui bien sûr, les inégalités sont flagrantes. Quand deux enfants sont nés du même père et de la même mère et qu'ils ont reçu la même éducation, instruits, et en arrivant à la question de l'héritage, on dit à la fille : tiens. Toi, tu reçois la moitié

de ce que ton frère aura sans lui donner aucune explication, car en réalité, il n'y a pas d'explications sauf les versés coraniques.

- On peut y aller encore plus loin. Quand une femme perd son mari et elle n'a qu'une fille, cette dernière ne recevra que la moitié de l'héritage et sa mère le huitième. Et puisque cette femme a eu un enfant de sexe féminin et non masculin, les frères du défunt auront ce qui reste de la succession, mais en ayant un garçon, les frères du mari n'interviendront pas.

Si oui ? Avez-vous des références ? Comment pouvons-nous y remédier ?

Si non ? Y a-t-il une référence ? Pourquoi alors, ces femmes exposent leurs besoins sur le plan financier ?

Selon vous, quel est l'apport juridique dans la position de la femme sur le plan financier ?

.....

Pensez-vous que le problème repose sur le plan juridique ou sur le plan socio-culturel ? Comment et pourquoi ?

Je dirais que le problème repose sur le fait que la religion est la loi dans la question de la « succession », puisqu'on mélange les questions religieuses avec le droit. Alors il faut impérativement séparer, la religion et les traditions ancestrales où la femme n'a pas le droit d'exister, des dispositifs juridiques.

Selon votre expérience et vos observations, quel est :

- **L'avis de l'institution juridique sur la question ?**
- Comme je l'ai déjà souligné : Il faut séparer la question juridique de toute autre question, soit : **La religion** celle qu'on trouve comme source de droit dans toutes les matières surtout dans les questions familiales, mariage, divorce, héritage, donation, testament et autre. **Les mœurs et les coutumes** en Kabylie (Bejaia), exemple : on constate que les femmes n'ont pas le droit à l'héritage et celles-ci, si elles le revendiquent, seront bannies par les siens, mais l'instruction juridique n'intervient guère dans ces cas-là, ce qui est terrible !
- **L'avis de la société algérienne et de la famille algérienne sur la question ?**
- La société algérienne est une société patriarcale où la femme n'a pas le droit d'évoluer, où la femme est constamment persécutée, rabaissée et malmenée. Et ce qui a un peu normalisé le fait qu'elle soit marginalisée et mise de côté à tel point que la femme elle-même se sent inférieure à l'homme et donne une certaine légitimité à ce que la femme subie c'est qu'on explique tout par la religion qui est omni présente.

- **L'avis des hommes sur la question ?**
- Je ne sais pas puisque je ne suis pas un homme.
- **L'avis des femmes sur la question ?**
- En tant que femme, je pense qu'il est très difficile de changer les mentalités mais on peut y arriver en poussant les gens à changer, en parlant et en revendiquant les droits de la femme car l'héritage est un droit fondamental.



Annexe 5 :
Questionnaire d'enquête

Questionnaire

Le présent questionnaire est conçu en vue de réaliser une enquête de terrain, qui sera menée auprès d'un échantillon choisi à partir d'un nombre d'étudiantes et stagiaires, qui sont actuellement en fin de cycle pour leur formation au niveau de l'université, l'INSFP, du CFPA mixte et du CFPA féminin. L'objectif est de détecter à la fois, les femmes déjà dans le domaine autrement dit dirigeante et/ou gérantes de leurs propres entreprises et celles potentiellement créatrices de leurs propres entreprises à l'avenir (l'intention entrepreneuriale).

En effet, cette étude nous permet de dresser une image de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, de voir probablement l'avenir futur de ces entreprises déjà existantes et de projeter si possible l'avenir des entreprises qui peuvent être créées. Et ce, afin de soulever et comprendre les obstacles qui surviennent dans la destruction de l'intention entrepreneuriale naissante (de la création à la gestion des entreprises) chez les femmes et proposer des solutions qui peuvent remédier au problème posé.

Un tel constat nous renvoie à poser des questions sur les systèmes d'accompagnement aux entreprises féminines et envers les femmes désirant la création d'entreprises. Soient-elles publiques ou privées, d'ordre familial, associatif ou encore une question liée à l'éducation et à l'enseignement. Le questionnement concerne la pertinence de ces systèmes dans leur rôle d'encouragement, d'accompagnement et de disponibilité.

Cette étude devient tconcerne late dès lors que nous posons le regard sur les données touchant au sexe féminin qui restent inexistantes. En effet pour combler ce vide théorique, nous visons à recueillir un maximum de données possibles et utiles. D'un autre côté, cette étude se démarque par le fait qu'elle prend en considération les entreprises du secteur informel qui reste actuellement invisibles dans les statistiques au niveau national.

Sur ce, cette enquête s'inscrit dans la réalisation d'un travail de recherche (une thèse de doctorat) portant sur le thème de « l'entrepreneuriat féminin en Algérie », au niveau de l'université Abderrahmane Mira de Béjaïa. Convaincu que votre contribution sera d'un apport considérable et viendra enrichir la qualité de cette recherche, nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions qui suivent ci-après.

En tout état de cause, toute personne interrogée peut choisir de ne pas répondre à une question donnée. Les informations recueillies auront une finalité strictement scientifique et nous nous engageons à garantir l'anonymat de chacune de vous.

Réalisé par : Mme Lillia Hitache

Sous la direction du Dr Youghourtha Bellache

Axe 1 : Profil de l'entrepreneuse potentielle

Axe 1 : Profil de l'entrepreneuse potentielle												
N° ordre	Âge (année révolue)	Etat matrimonial	Niveau d'instruction	Disposez-vous d'une qualification professionnelle ? (Formation /apprentissage /établissement ou atelier)	Personne exerçant une activité, un travail, une tâche comme emploi principal	Personne n'exerçant pas une activité, un travail, une tâche comme emploi principal	Est-ce un travail permanent ou non permanent ?	Profession antérieure	Avez-vous d'autres sources de revenu ?	Connaissez-vous une femme désirant créer une entreprise ou a déjà créé son entreprise	a-Votre lien avec cette femme. b-Dans le cas où c'est une femme chef d'entreprise, désirez-vous vous associer avec elle ?	Age (années révolues)
[0][1]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[] []	[]	[] []	[]

[] []	[]	[]	[] []	[] []	[]	[] []	[] []	[] []	[] []	[]	[]
---------	-----	-----	---------	---------	-----	---------	---------	---------	---------	-----	-----

Axe 2 : Le rôle des institutions dans l'encouragement à la création d'entreprises féminines

N° ordre	Quelle est la fonction la plus répandue dans votre famille élargie ?	Quelle est la fonction la plus répandue pour les femmes de votre famille élargie ?	Avez-vous comme mère, père, frère ou sœur un / une chef d'entreprise ou exerçant une activité dont les fonctions sont similaires ?	Si oui, ce dernier (e) vous permet-il/elle de participer au bon fonctionnement et déroulement des tâches dans l'entreprise ?	Si oui, êtes-vous seulement une aide familiale ou vous êtes recruté en tant qu'employé e comme tout autre personnel ?	Avez-vous bénéficié d'un module durant votre parcours scolaire qui vous aide actuellement à franchir le pas vers l'acte d'entreprendre ?	Si oui, à quel niveau et quel module ?	Quel est le niveau de satisfaction que vous choisiriez pour classer le système éducatif que vous avez eu durant votre formation scolaire ?	Avez-vous déjà bénéficié d'une formation en entrepreneuriat ou en relation avec le domaine ces dernières années ?	Si non, souhaitez-vous actuellement faire appel à un établissement de l'enseignement et/ou de la formation professionnelle ?	Si oui quel établissement :	Si non pourquoi ?
1-chefs d'entreprise	1-chefs d'entreprise	1-chefs d'entreprise	1-oui	2-non	1-aide familial	1-oui	a) 1- au primaire	1-pas du tout satisfaisant	1-oui	1-oui	1-établissement public	1-vous jugez qu'il n'y a pas d'établissements performants
2-enseignants	2-enseignantes	2-enseignantes	2-non	2-non	2-simple employée	2-non	2- au moyen	2-peu satisfaisant	2-non	2-non	2-établissement privé	2-vous avez déjà eu une mauvaise expérience
3-ouvriers	3-ouvrières	3-ouvrières	1-oui	2-non	2-simple employée	2-non	3- au secondaire	3-plutôt satisfaisant	1-oui	2-non	3-1'un des deux (l'essentiel c'est d'avoir au moins une formation)	3-il n'y a pas d'établissements
4-fonctionnaires	4-fonctionnaires	4-fonctionnaires	1-oui	2-non	2-simple employée	2-non	4- au niveau supérieur	4-très satisfaisant	1-oui	2-non		
5-autre, citez.....	5-autre, citez.....	5-autre, citez.....	1-oui	2-non	2-simple employée	2-non	5-autre, citez.....		1-oui	2-non		

[] []	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[] []	[]	[]	[]	[]	[]
---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	-----	-----	-----	-----	-----

Autre volet : L'existence d'une intention entrepreneuriale chez un membre familial ou amical de sexe féminin

[] []	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[] []	[]	[]	[]	[]	[]
---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	-----	-----	-----	-----	-----

[] []	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[] []	[]	[]	[]	[]	[]
---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	-----	-----	-----	-----	-----

[] []	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[] []	[]	[]	[]	[]	[]
---------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	-----	-----	-----	-----	-----

Axe 2 : Le rôle des institutions dans l'encouragement à la création d'entreprises féminines

N° ordre	Souhaitez-vous faire appel à un organisme chargé du financement ?	Si oui, lequel :	Avez-vous votre part d'héritage ?	a) De votre côté, pourriez-vous demander votre part d'héritage ?	Avez-vous été informé ou entendu d'une politique quelconque qui touche à un organisme qui veut s'investir dans différents projets féminins ?	Si oui, êtes-vous intéressée par cette politique ?	Si non, que pourriez-vous proposer ?
1-oui	1-ANSEJ	1-votre part entière	1-oui	1-oui	1-oui	1-oui, c'est une opportunité très intéressante à saisir	1-juste un peu de professionnalisme dans les politiques proposées
2-non	2-ANDI	2-1/2 de ce que vos frères ont hérité	2-non	2-non	2-non	2-oui, ça reste intéressant	2- un suivi avant et après la création de l'entreprise
	3-CNAC	3-rien du tout				3 non, ce n'est pas intéressant	3-rien n'est intéressant à part ce qu'on peut faire soi-même
	4-ANGEM	4-autre, citez.....				4-non, ce n'est pas intéressant du tout	4-autre, citez.....
	5-Autre, citez.....					5-autre, citez.....	
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
<i>Autre volet : L'existence d'une intention entrepreneuriale chez un membre familial ou amical de sexe féminin</i>							
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]

Axe3 : Le rôle des institutions dans la gestion et le développement des entreprises féminines existantes

Données générales sur l'entreprise féminine

N° ordre	Le statut du répondant dans l'entreprise	Quel âge aviez-vous lors de la création de votre entreprise ?	Date de création (L'année de création)	Le siège social de l'entreprise	Le capital d'investissement de départ	Le chiffre d'affaires de votre entreprise	1- moins de 100000DA 2- entre 100000DA et 200000DA 3-entre 200000 et 1000000DA 4-plus de 1000000DA 5-autre, citez.....	1-moins de 10000DA 2- entre 10000DA et 20000DA 3-entre 20000 et 100000DA 4-plus de 100000DA 5-autre, citez.....	1-oui 2-non	Si oui, a) payez-vous les charges fiscales b) payez-vous les charges sociales	Si non, pourquoi ? 1-fuir les impôts 2-une autre entreprise à vous, est déjà déclarée 3-fuir la charge sociale 4-autre, citez.....(exonération fiscale)	Quel est le statut juridique de votre entreprise ? 1-personne physique 2-SARL 3-SNC 4-EURL 5-SPA 6-autre, citez.....	A quel secteur d'activité votre entreprise appartient-elle ? 1-industrielle 2-agricole 3-artisanale 4-commerce 5-service 6-autre, citez....
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
<i>Autre volet : L'existence d'une entreprise féminine dans l'entourage familial ou amical de l'individu</i>													
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]

Données générales sur l'entreprise féminine									
N° ordre	Où se situe votre entreprise ?	Si vous êtes locatrice, le paiement du loyer est estimé à combien ?	êtes le du entreprise	L'effectif de votre entreprise	L'effectif de votre entreprise de sexe masculin, représente-il :	L'effectif de votre entreprise de sexe féminin, représente-il :	Quelle est la structure du personnel de votre entreprise ?	Quelle est la structure du financement initial ?	Si vous êtes aidée par un organisme lequel :
1-à domicile				1-Aucun salarié (e)				1-épargne personnelle (autofinancement)	1-ANSEJ
2-local loué près de chez vous		1- 1DA symbolique		2-1 à 9 salariés (es)	1-aucun salarié		1-cadre		2-ANDI
3-local loué loin de chez vous		2- moins de 10000DA		3-10 à 49 salariés (es)	2-quelques uns	1-aucun salariée	2-maîtrise	2-aide familiale	3-CNAC
4-autre, citez.....		2- entre 10000DA et 20000DA		3-la totalité	4-autre, citez.....	2-quelques unes	3-exécutant	3-emprunt bancaire	4-ANGEM
		3-entre 20000 et 100000DA		4-50 à 250 salariés (es)		3-la totalité		4-aidée par un organisme	5- Autre, citez.....
		4-plus de 100000DA				4-autre, citez.....		5-autre, citez.....	
		5-autre, citez.....							
[] [] []	[]	A ou M []	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
<i>Autre volet : L'existence d'une entreprise féminine dans l'entourage familial ou amical de l'individu</i>									
[] [] []	[]	A ou M []	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
[] [] []	[]	A ou M []	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
[] [] []	[]	A ou M []	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]

[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Démarches liées à la création de l'entreprise féminine et mode de gestion

N° ordre	Quelles sont les valeurs phares de votre entreprise ?	Est-ce que votre entreprise réalise des exportations	Envisagez-vous l'agrandissement de la taille de votre entreprise ?	Avez-vous crée d'autres entreprises ?	Si oui, à quel secteur d'activité appartient-elle ?	Quelle est la structure du personnel de votre entreprise ?	Quelle est la structure du financement initial ?	Si vous êtes aidée par un organisme le quel :
1-	satisfaction des clients						1-épargne personnelle (autofinancement)	1-ANSEJ
2-	la qualité			1-oui	1- industrielle		2-aide familiale	2-ANDI
3-	l'esprit d'équipe	1- oui	1-oui	2-non	2-agricole	1-cadre	3-emprunt bancaire	3-CNAC
4-	vision à long terme	2- non	2-non		3-artisanale	2-maîtrise	4-aidée par un organisme	4-ANGEM
5-	confiance				4-services	3-exécutant	5-autre, citez.....	5- Autre, citez.....
6-	sens des responsabilités				5-commerce			
7-	goût du travail				6-autre, citez....			
8-	faire participer les employés à la gestion de l'entreprise							
9-	maximisation du bénéfice							
10-	autre, citez....							
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
<i>Autre volet : L'existence d'une entreprise féminine dans l'entourage familial ou amical de l'individu</i>								
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]
[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]	[]



Table des matières

Table des matières

Dédicaces.....	03
Remerciements.....	05
Sommaire.....	07
Liste des abréviations.....	09
Introduction générale.....	11
Chapitre 1 : L’entrepreneuriat féminin selon l’approche institutionnelle et l’approche genre.....	17
1. L’entrepreneuriat : définitions, caractéristiques et typologies.....	17
1.1. L’entrepreneuriat : définitions et fondements.....	18
1.1.1. Définitions et conception de l’entrepreneuriat.....	18
1.1.2. Genèse et fondements de l’entrepreneuriat.....	20
1.1.2.1. Approches fonctionnelles des économistes.....	20
1.1.2.2. Approches centrées sur les individus.....	21
1.1.2.3 Approches basées sur les processus.....	21
1.1.3. Conceptions et paradigmes de l’entrepreneuriat.....	22
1.1.3.1. La conception d’émergence organisationnelle.....	22
1.1.3.2. La conception d’opportunité entrepreneuriale.....	22
1.1.3.3. La conception de Bruyat.....	22
1.1.3.4. Les paradigmes de l’entrepreneuriat.....	23
1.1.4. Processus de création d’entreprise.....	23
1.1.4.1. La propension entrepreneuriale.....	23
1.1.4.2. L’intention entrepreneuriale.....	23
1.1.4.3. La décision entrepreneuriale.....	24
1.1.4.4. L’acte d’entreprendre.....	24
1.2. L’entrepreneur : éléments de définition, caractéristiques et typologie.....	25
1.2.1. Définition de l’entrepreneur : la pensée économique comme base historique.....	25
1.2.1.1. Entre la théorie de l’entrepreneur chez Jean-Baptiste Say et la tradition	

Table des matières

Cantillon-Knight.....	25
1.2.1.2. L'entrepreneur selon Joseph Schumpeter : un innovateur.....	26
1.2.2. Caractéristiques de l'entrepreneur.....	28
1.2.2.1. Les traits de caractère.....	28
1.2.2.2. L'entrepreneur comme opportuniste.....	29
1.2.2.3. L'entrepreneur comme organisateur.....	29
1.2.2.4. L'entrepreneur comme joueur.....	29
1.2.2.5. L'entrepreneur comme un individu motivé.....	29
1.2.3. Typologie de l'entrepreneur.....	30
1.2.4. Les situations et les potentialités entrepreneuriales.....	30
1.2.4.1. Les situations entrepreneuriales.....	30
1.2.4.1.1. Les différents aspects d'une démarche entrepreneuriale.....	30
1.2.4.1.2. La création ex nihilo.....	30
1.2.4.2. Les potentialités entrepreneuriales pouvant intervenir dans l'acte d'entreprendre.....	31
1.2.4.2.1. Les facteurs intervenant dans le désir et la crédibilité de l'acte : la sphère familiale et religieuse comme lieu de fécondation de l'entrepreneur.....	31
1.2.4.2.2. Les facteurs ayant une influence sur la faisabilité et le déclenchement de l'acte d'entreprendre.....	32
2. L'entrepreneuriat féminin : définitions, caractéristiques et typologie.....	33
2.1. L'entrepreneuriat féminin : essai de définition.....	33
2.1.1. Définition de l'entrepreneuriat féminin.....	34
2.1.2. Définition de la « femme entrepreneure »	34
2.2. Qu'est-ce qui pousse les femmes à devenir entrepreneures ?.....	35
2.3. Différents types de femmes entrepreneures.....	36
2.3.1. L'entrepreneure parrainée.....	36
2.3.2. L'entrepreneure jeune et scolarisée.....	36
2.3.3. L'entrepreneure sociale.....	36
2.4. Les caractéristiques des femmes entrepreneures.....	36
3. Les approches genre et institutionnelle de l'entrepreneuriat : Quels enseignements ? ..37	
3.1. Déterminants et outils de développement de l'entrepreneuriat.....	37

3.1.1. Les principales catégories d'institutions au sein d'une société.....	37
3.1.2. Formation et carrières de l'entrepreneur.....	38
3.1.2.1. La formation de l'entrepreneur.....	38
3.1.2.2. Pourquoi la formation en entrepreneuriat ?.....	38
3.1.2.3. Carrières de l'entrepreneur.....	38
3.1.3. L'environnement familial et amical.....	38
3.1.3.1. L'éducation, la personnalité individuelle et l'environnement familial.....	38
3.1.3.2. L'environnement familial de l'enfance.....	38
3.1.3.3. L'éducation.....	39
3.1.3.4. La relation entre les entrepreneurs et leurs parents.....	39
3.1.4. Les activités professionnelles antérieures.....	39
3.1.5. La motivation.....	40
3.1.6. Réseau social, réseau de soutien moral et réseau de soutien professionnel.....	40
3.1.6.1. Le réseau en tant que système de soutien.....	40
3.1.6.2. Le réseau du soutien moral.....	40
3.1.6.3. Le réseau de soutien professionnel.....	40
3.2. Les ressources et les moyens pour le soutien à l'entrepreneuriat.....	41
3.2.1. Les fondements.....	41
3.2.2. Les moyens.....	41
3.2.3. Les valeurs entrepreneuriales.....	41
3.2.4. Le processus d'entreprenance.....	41
3.2.5. Le recours aux conseillers en management.....	42
3.3. Exemple de projets de promotion et de développement de la culture entrepreneuriale.....	42
3.3.1. Culture entrepreneuriale et création d'entreprises.....	42
3.3.1.1. Structures et équipes en action.....	42
3.3.1.2. Le système éducatif universitaire.....	42
3.3.2. L'entrepreneuriat au Québec « un travail d'équipe » : Pour une stratégie de l'entrepreneuriat intégrée au développement des régions et des municipalités du Québec.....	45

3.3.2.1. Pour une véritable stratégie de l'entrepreneuriat.....	45
3.3.2.2. L'exemple de la promotion et du soutien à l'entrepreneuriat au Québec	45
3.3.2.2.1. Soutenir l'innovation.....	46
3.3.2.2.2. Une approche innovante : l'accompagnement d'affaires par opportunités (A ² O).....	46
3.3.2.2.3. Bâtir une stratégie locale en matière d'entrepreneuriat.....	47
3.3.2.2.4. Culture et relève entrepreneuriale au Québec.....	47
3.3.2.2.5. Les différents niveaux de soutien selon ACLDQ.....	48
3.3.2.2.6. Définition des étapes du cycle.....	48
3.4. Une vue d'ensemble sur les meilleures pratiques dans les pays de l'Union Européenne (UE) et dans certains pays de l'OCDE.....	49
4. Entrepreneuriat féminin : quelles spécificités et quelles contributions ?.....	50
4.1. L'entrepreneuriat féminin : quels obstacles ?	50
4.1.1. Les obstacles généraux.....	50
4.1.1.1. L'absence de modèles d'entrepreneur à émuler.....	50
4.1.1.2. Le manque d'expérience.....	51
4.1.1.3. Absence de réseaux utiles et de statut social.....	51
4.1.1.4. L'absence de patrimoine.....	52
4.1.1.5. La nécessité d'accomplir plusieurs tâches simultanément.....	53
4.1.2. Les obstacles propres à la création d'entreprise.....	53
4.1.3. Obstacles propres à la gestion d'une petite entreprise.....	54
4.1.4. Obstacles au développement d'une entreprise.....	54
4.2. Le poids économique de l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial.....	55
4.2.1 Le poids économique de l'entrepreneuriat féminin dans quelques pays du monde.....	55
4.2.2 Le poids économique de l'entrepreneuriat féminin en Asie.....	57
4.2.3 Le poids économique de l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA.....	57
4.3. Quelques éléments de politique économique pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin.....	60
Chapitre 2 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie : état des lieux et rôle des institutions.....	65

1. Aperçu sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	65
1.1. Évolution de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur en Algérie.....	66
1.1.1. La période de l'économie planifiée.....	66
1.1.2. L'Algérie en transition vers l'économie de marché.....	67
1.2. L'entrepreneur en Algérie : définitions et essais de typologie.....	70
1.2.1. Typologie des entrepreneurs selon Madoui.....	70
1.2.1.1. Trajectoires et caractéristiques socioprofessionnelles des nouveaux entrepreneurs.....	70
1.2.1.1.1. Les entrepreneurs reconvertis.....	70
1.2.1.1.2. Les entrepreneurs contraints.....	71
1.2.1.1.3. Les entrepreneurs migrants.....	72
1.2.1.1.4. Les entrepreneurs héritiers.....	72
1.2.2. Définition de la femme entrepreneure et essai de typologie.....	73
1.2.2.1. Définition de la femme entrepreneure.....	73
1.2.2.2. Typologie de femmes entrepreneures Algériennes selon Hitache.....	73
1.2.2.2.1. Les femmes gérantes de grands établissements.....	73
1.2.2.2.2. L'entrepreneure à forte personnalité.....	73
1.2.2.2.3. L'entrepreneure pauvre.....	74
1.2.2.2.4. L'entrepreneure artisane.....	74
1.2.2.2.5. L'entrepreneure bourgeoise.....	74
1.3. L'entrepreneuriat en Algérie : environnement global, réseaux et valeurs.....	74
1.3.1. L'environnement macro-économique demeure malgré tout peu favorable aux Entrepreneurs.....	74
1.3.2. L'entrepreneur, sa famille et les réseaux sociaux.....	75
1.3.2.1. Importance du réseau familial dans l'aide à la création de l'entreprise.....	75
1.3.2.2. Objectif de partage familial et social ou logique gestionnaire ?.....	75
1.3.2.3. Lieu de cohésion familiale.....	76
1.3.2.4. Lieu de reproduction des fonctionnements familiaux.....	76
1.3.2.5. La logique de don.....	76
1.3.2.6. Le sens du travail.....	76
1.3.2.7. Qualités essentielles de l'entrepreneur.....	76

1.3.3. Les intentions professionnelles et entrepreneuriales chez les étudiants.....	77
2. Etat des lieux de l'entrepreneuriat féminin.....	77
2.1. La place des femmes dans l'entrepreneuriat en Algérie.....	77
2.1.1. Femmes et développement selon l'approche genre.....	77
2.1.2. L'introduction de l'approche genre et le développement en Algérie.....	78
2.1.3. Les femmes et l'entrepreneuriat en Algérie.....	79
2.1.4. Femmes et travail salarié.....	79
2.1.5. Évolution de l'activité des femmes en Algérie.....	81
2.1.6. Le rapport à l'école et aux diplômes.....	83
2.2. L'activité entrepreneuriale féminine : Évolution des statistiques de 2010 à 2017.....	84
2.2.1. L'entrepreneuriat en Algérie : PME et activités artisanales.....	84
2.2.1.1. Définition de la PME.....	84
2.2.1.2. PME et artisanat en Algérie : évolution et caractéristiques.....	85
2.2.2. La place des entreprises féminines dans les PME algériennes.....	86
2.2.2.1. Le nombre d'entreprises féminines immatriculées et taux des (FCE) selon l'AFCM.....	86
2.2.2.2. L'activité entrepreneuriale par genre selon l'enquête GEM.....	87
2.2.2.2.1. Le taux d'activité entrepreneuriale par genre.....	87
2.2.2.2.2. L'activité entrepreneuriale, selon les phases de développement de l'activité entrepreneuriale.....	88
2.2.2.2.3. L'activité entrepreneuriale, selon les groupes d'âge des entrepreneurs.....	89
2.2.2.3. L'activité entrepreneuriale par genre selon le BIT.....	90
3. Le rôle des institutions dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : vers l'approche genre ?.....	92
3.1. Les dispositifs publics d'appui à la création d'entreprises	92
3.1.1. Apport de l'ANDI à l'entrepreneuriat féminin : regard sur les projets (ANDI) d'investissement déclarés par secteur d'activité.....	92
3.1.2. Bilan d'activités des Centres de Facilitation.....	92
3.1.3. Dispositifs sociaux d'appui à la PME.....	93
3.1.3.1. Les projets financés par secteur et par genre selon le dispositif ANSEJ.....	93
3.1.3.1.1. Les projets (ANSEJ) financés par secteur d'activité.....	93
3.1.3.1.2. Projets financés par secteur d'activité et par genre selon le dispositif ANSEJ.....	94

3.1.3.2. Le bilan des projets (CNAC) financés et principaux agrégats.....	95
3.1.3.2.1. Le bilan des projets (CNAC) financés.....	95
3.1.3.2.2. L'apport de CNAC : Investissement et projets financés.....	96
3.1.3.3. L'apport du dispositif ANGEM.....	96
3.2. Les programmes d'éducation et de formation d'appui à la PME.....	96
3.3. La sous-condition féminine et développement de l'entrepreneuriat féminin (DEF) en Algérie.....	97
3.3.1. Les sous-conditions entravant le DEF en Algérie.....	97
3.3.1.1. Système juridique et réglementaire sensible à la dimension genre qui contribue à l'autonomisation économique des femmes.....	98
3.3.1.2. Leadership politique en vigueur et coordination pour la promotion du DEF.....	99
3.3.1.3. Accès aux SDE généraux et financiers sensibles à la dimension genre.....	99
3.3.1.4. Accès aux marchés et à la technologie Note 3/5.....	99
3.3.1.5. La représentation des femmes entrepreneures et leur participation au dialogue politique et décisionnel.....	99
Chapitre 3 : Méthodologie de l'enquête et contexte de l'étude.....	103
1. La wilaya de Bejaia : population, emploi et éducation.....	103
1.1. Une brève présentation de la wilaya de Bejaia : territoire et organisation administrative.....	103
1.2. Population et emploi.....	104
1.2.1. Population de la wilaya et caractéristiques.....	104
1.2.2. L'emploi par secteur et par genre.....	107
1.3. Éducation et formation.....	109
2. La place des femmes dans l'entrepreneuriat à Bejaia : PME et artisanat.....	113
2.1. La part entrepreneuriale de Bejaia en Algérie.....	113
2.2. PME et artisanat dans la wilaya de Bejaia.....	114
2.2.1. Répartition de la PME et de l'artisanat par secteur d'activité et par genre.....	115
2.2.2. Préparation de l'activité artisanale par domaine d'activité et par genre.....	121
2.2.3. Micro-entreprises et activités financées dans le cadre des dispositifs publics à Bejaia.....	125
2.2.3.1. Les activités financées dans le cadre de l'ANGEM.....	125
2.2.3.2. Les activités financées dans le cadre du dispositif ANSEJ à Bejaia.....	126

2.2.3.3. Les projets déclarés dans le cadre du dispositif ANDI à Bejaia.....	129
2.2.3.3.1. Répartition et évolution des projets ANDI par genre.....	129
2.2.3.3.2. Répartition et évolution des projets ANDI par genre et par secteur d'activité.....	130
3. Méthodologie de l'enquête : objectifs, questionnaire échantillon et déroulement de l'enquête.....	132
3.1. Objectifs de l'enquête, confection du questionnaire et déroulement de l'enquête....	132
3.1.1. Objectifs de l'enquête.....	132
3.1.2. Méthode d'échantillonnage.....	132
3.1.2.1. Présentation des établissements éducatifs choisis.....	133
3.1.2.1.1. L'université Abderrahmane Mira de Bejaia.....	133
3.1.2.1.2. L'INSFP.....	134
3.1.2.1.3. Le CFPA mixte.....	135
3.1.2.1.4. Le CFPA féminin.....	135
3.1.2.2. Échantillonnage et sous échantillonnage au niveau des établissements.....	136
3.2. Confection du questionnaire.....	138
3.2.1. L'identification de l'enquêtée (les jeunes femmes en fin de cycle de formation)...	138
3.2.2. Le rôle des institutions dans l'encouragement à la création d'entreprises Féminines.....	138
3.2.3. Données générales sur l'entreprise féminine.....	139
3.2.4. Démarches liées à la création de l'entreprise féminine et mode de gestion de l'entreprise.....	139
3.3. Administration du questionnaire et déroulement de l'enquête.....	139
3.4. Méthodes d'analyse des données.....	140
3.4.1. L'analyse descriptive des données.....	140
3.4.2. L'analyse factorielle des correspondances multiples.....	141
Chapitre 4 : L'entrepreneuriat féminin à Bejaia : caractéristiques générales, typologie et contraintes.....	144
1. Les caractéristiques générales des jeunes femmes enquêtées.....	145
1.1. Profil sociodémographique des femmes entrepreneurs.....	145
1.2. Caractéristiques relatives à l'emploi.....	146

1.3. Prédilection à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise, réseaux et obstacles.....	149
1.4. Besoins et conditions de réussite selon les femmes interrogées.....	153
1.5. Les valeurs de l'entrepreneuriat féminin.....	154
1.6. Les prédispositions familiales à l'entrepreneuriat.....	155
1.7. Les prédispositions éducatives à l'entrepreneuriat.....	157
1.8. Attentes des femmes vis-à-vis des organismes publics d'aide à la création d'entreprises et héritage.....	159
1.8.1. Les femmes et les organismes et politiques publics d'appui à la création d'entreprise et l'entrepreneuriat.....	159
1.8.2. Les femmes et la question de l'héritage.....	161
1.9. Caractéristiques générales de la femme entrepreneure et de l'entreprise féminine...	162
1.9.1. Les caractéristiques générales de la femme entrepreneure.....	162
1.9.1.1. Statut et âge de la femme entrepreneure.....	162
1.9.1.2. Les motivations de la femme entrepreneure.....	163
1.9.1.3. Besoins ressentis par l'entrepreneure et valeurs phares de son entreprise.....	164
1.9.2. Lancement et siège social de l'entreprise féminine.....	165
1.9.3. Investissement initial, situation vis-à-vis de la réglementation (administrative, sociale et fiscale) et raisons de la non-déclaration.....	166
2. Le profil des femmes potentiellement entrepreneures.....	171
2.1. Les caractéristiques générales des femmes potentiellement entrepreneures.....	171
2.2. Les résultats pour les variables retenues.....	173
2.2.1. Paramètres de l'analyse multidimensionnelle.....	173
2.2.2. Les coordonnées principales et standards.....	174
2.2.3. Les cosinus carrés et les valeurs test.....	174
2.3. Typologie de la « femme entrepreneure potentielle ».....	175
3. Typologie des jeunes femmes entrepreneures : Apport et contraintes.....	180
3.1. Les caractéristiques générales.....	180
3.2. Les résultats pour les variables retenues.....	182
3.2.1. Paramètres de l'analyse multidimensionnelle.....	182

Table des matières

3.2.2. Les coordonnées principales et standards.....	183
3.2.3. Les cosinus carrés et les valeurs tests.....	184
3.3. Les graphiques symétriques des variables «Femme entrepreneure».....	184
Conclusion générale.....	193
Bibliographie.....	203
Liste des tableaux.....	219
Liste des figures.....	227
Annexe.....	228
Annexe 1 du chapitre 1.....	229
Annexe 2 du chapitre 2.....	247
Annexe 3 du chapitre 3.....	261
Annexe 4 du chapitre 4.....	285
Annexe 5 : Questionnaire d'enquête.....	385
Table des matières.....	394
Résumé.....	405



Résumé

Résumé

Notre travail de recherche porte sur le rôle des institutions dans le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, cas de la wilaya de Bejaia. À travers la revue de littérature, nous avons présenté l'entrepreneuriat ainsi que l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial et dans notre cas « l'Algérie ». Nous avons aussi essayé de cerner les différents facteurs institutionnels intervenant dans le développement du désir et de la culture entrepreneuriaux, de proposer une définition complète et pertinente de l'entrepreneuriat féminin et de la femme constituant l'actrice principale dans ce domaine « la femme entrepreneure ».

Nous avons ainsi complété notre travail de recherche par notre cas empirique, la réalisation d'une enquête de terrain menée auprès d'un échantillon de 500 femmes en fin de cycle au niveau de l'université de Bejaia, de l'INSFP et des deux CFPA mixte et féminin.

En effet, nous avons exploité les données issues de notre enquête de terrain afin d'analyser le phénomène de l'entrepreneuriat féminin selon l'approche genre et l'approche institutionnelle. Les données collectées ont ainsi été traitées et analysées en ayant recours à l'analyse factorielle des correspondances multiples (AFCM) appliquée sur une multitude de variables qualitatives que nous avons sélectionnées et jugées pertinentes. Enfin, cette analyse nous a permis de faire ressortir et définir des profils identifiés chez les femmes potentiellement entrepreneures et d'autres profils identifiés auprès des femmes déjà entrepreneures.

Les mots clés : Entrepreneuriat féminin, femme entrepreneure, femme entrepreneure potentielle, approche institutionnelle, approche genre, Algérie.

ملخص

يركز بحثنا على دور المؤسسات في تنمية ريادة الأعمال النسائية في الجزائر، حالة ولاية بجاية. من خلال مراجعة الأدبيات، قدمنا ريادة الأعمال وريادة الأعمال النسائية على نطاق عالمي، وفي حالتنا، "الجزائر". كما حاولنا تحديد العوامل المؤسسية المختلفة التي ينطوي عليها تطوير روح المبادرة والثقافة، واقتراح تعريف كامل وملائم لريادة الأعمال النسائية والمرأة بوصفها الممثلة الرئيسية في هذا المجال.

لقد أكملنا عملنا البحثي بقضيتنا التجريبية، تحقيق مسح ميداني لعينة من 500 امرأة في نهاية الدورة في جامعة بجاية، في المعهد الوطني المتخصص للتدريب المهني وكلاهما من مركز التدريب المهني والتعلم المختلطة والأنثوي.

في الواقع، استخدمنا بيانات من مسحنا الميداني لتحليل ظاهرة ريادة الأعمال النسائية وفقاً للنهج الجنساني والنهج المؤسسي. وهكذا تم معالجة وتحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام تحليل عامل المراسلات المتعدد (AFCM) المطبق على العديد من المتغيرات النوعية التي اخترناها والتي تعتبر ذات صلة. وأخيراً، أتاح لنا هذا التحليل إبراز وتحديد الملامح الأساسية للنساء اللواتي يُعدن رائدات أعمال محتملات وغير ذلك من الملامح التي تم تحديدها مع النساء اللواتي هن بالفعل رائدات أعمال.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال النسائية، رائدات أعمال، رائدات أعمال محتملات، النهج المؤسسي، النهج الجنساني، الجزائر.

Abstract

Our research work focuses on the role of institutions in the development of women's entrepreneurship in Algeria, the case of Bejaia. Through the literature review, we presented entrepreneurship as well as women's entrepreneurship at the global level and in our case "Algeria". We also tried to identify the different institutional factors involved in the development of entrepreneurial desire and culture, to propose a complete and relevant definition of women's entrepreneurship and of women as the main actress in this field. "the woman entrepreneur".

We have thus completed our research work by our empirical case, the realization of a field survey carried out with a sample of 500 women at the end of the cycle at the University of Bejaia, INSFP and both of mixed and female CFPA.

Indeed, we used data from our field survey to analyze the phenomenon of women's entrepreneurship according to the gender approach and the institutional approach. The collected data were thus processed and analyzed using the multiple correspondence factor analysis (AFCM) applied to a multitude of qualitative variables that we have selected and deemed relevant. Finally, this analysis allowed us to highlight and define identified profiles of potential women entrepreneurs and other identified profiles with women already entrepreneurs.

Key words: Women's entrepreneurship, Woman's entrepreneur, potential woman entrepreneur, institutional approach, gender approach, Algeria.