

**Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane Mira de Bejaïa
Faculté des Sciences Economiques, des Sciences de
Gestion et des Sciences Commerciales**

MÉMOIRE

*En vue de l'obtention du diplôme de Magister
En Sciences de Gestion*

Option : Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat

Thème

Entrepreneuriat féminin : Etat des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia.

Présenté par ADJOUT Samir.

Sous la direction de : Dr. ARABI Khelloudja.

Devant le jury composé de :

- **Pr. KHERBACHI Hamid, président, Université A. Mira, Bejaïa**
- **Pr. TESSA Ahmed, examinateur, UMMTO**
- **Dr. BOUKRIF Moussa, examinateur, Université A. Mira, Bejaia**
- **Dr. BELLACHE Youghourta, invité, Université A. Mira, Bejaia**
- **Dr. ARABI Khelloudja, rapporteur, Université A. Mira, Bejaïa**

Remerciements

Ce travail de recherche a été réalisé sous la direction du Docteur ARABI Khelloudja.

- ✓ *Je tiens à remercier et à exprimer toute ma reconnaissance au Docteur ARABI Khelloudja pour avoir accepté de diriger ce travail, pour son soutien et ses critiques constructives.*
- ✓ *je tiens également à remercier particulièrement le professeur Kherbachi Hamid pour son apport et ses précieux conseils.*
- ✓ *Je remercie également les membres de jury, pour leur contribution dans l'appréciation du travail.*
- ✓ *Enfin je remercie tous ceux qui ont apporté leur soutien à la réalisation de ce travail.*

Dédicaces

*A mes parents,
A mes frères et ma sœur,
A toute ma famille,
Et a tous mes amis (es)*

Table des matières

Introduction / Problématique	01
Chapitre I : Approches théoriques de l'entrepreneuriat	05
Introduction	05
I. Diversité des approches théoriques	06
I.1- L'approche fonctionnelle.....	06
I.2- L'approche centrée sur les individus.....	09
I.2.1- L'approche par les traits de personnalité.....	10
I.2.2- Le Besoin d'accomplissement et de puissance.....	10
I.3- L'approche processuelle.....	12
II. Importance de l'entrepreneuriat	17
II.1- Les PME : moteur de la croissance économique	17
II.2- Importance économique de l'entrepreneuriat.....	19
II.2.1- Entrepreneuriat et croissance économique	19
II.2.2- Mesure de l'activité entrepreneuriale.....	21
II.3- Entrepreneuriat et création d'emplois.....	24
III. Genre et entrepreneuriat	24
III.1- Cadre conceptuel du genre	25
III.1.1- Du sexe biologique au genre.....	25
III.1.2- La notion du genre.....	25
III.1.3- Les fondements du genre	26
III.2- De l'approche « femmes et développement » à « l'approche genre ».....	28
III.2.1- L'approche « femmes et développement ».....	28
III.2.2- L'approche « genre et développement ».....	29
III.3- Le genre dans l'entrepreneuriat	30
Conclusion	32
Chapitre II : Revue de littérature sur l'entrepreneuriat féminin	33
Introduction	33
I. Aperçu sur la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin	34
II. Revue de la littérature sur l'entrepreneuriat féminin	37

II.1- Le niveau individuel.....	38
II.1.1- L'âge.....	39
II.1.2- Le niveau d'éducation et de formation.....	40
II.1.3- La situation familiale.....	42
II.1.4- L'expérience antérieure.....	45
II.1.5- Les motivations.....	47
II.1.6- Présentation de quelques typologies des femmes Entrepreneur.	49
II. 2- Le niveau organisationnel.....	52
II. 2.1- Le secteur d'activité.....	52
II.2.2- La forme juridique.....	54
II.2.3- La taille.....	55
II.2.4- L'âge.....	56
II.2.5- La performance.....	57
II.3- Le niveau relationnel	60
II.3.1- L'affiliation aux réseaux.....	60
II.3.2- Les principaux obstacles et problèmes.....	62
Conclusion	66
Chapitre III : Présentation et analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia ...	68
Introduction	68
I. La place de la femme dans la société algérienne : Données et évolutions	68
I.1- Aperçu général sur le contexte législatif	68
1.1- Les droits politiques	69
I.1.2- Les droits économiques et sociaux.....	69
I.2- Filles et éducation	70
I.2.1- La population féminine et l'accès à l'éducation	70
I.2.2- L'analphabétisme.....	71
I.3- L'enseignement supérieur.....	72
I.3.1- Evolution des effectifs féminins	72
I.3.2- Les taux de réussite.....	73
I.4- L'emploi féminin en Algérie.....	74
I.4.1- La population active féminine : Données, évolutions & caractéristiques.....	75
I.4.2- La population occupée féminine : Données, évolutions & caractéristiques.....	77

I.4.3- Le chômage des femmes	79
II- Aperçu sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie	82
II.1 Le secteur de la PME en Algérie	82
II.1.1- Quelques repères de l'évolution du cadre institutionnel de la PME en Algérie	82
II.1.2- Définition et caractéristiques de la PME en Algérie	85
II.1.3- Les composantes de la PME en Algérie	85
II.1.4- Quelques données statistiques sur la PME en Algérie	86
II.2 Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	88
II.2.1- Evaluation de l'activité entrepreneuriale féminine : Cas du dispositif ANSEJ	89
a- Bilan de création de micro entreprises par sexe	89
b- Evolution moyenne des micros entreprises	90
c- L'analyse sectorielle	92
II.2.2- Les caractéristiques qualitatives de l'EF en Algérie : Conclusions de quelques études	93
a- L'étude du CRASC 2006	93
b- Colloque international sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie (2008)	95
III- Essai d'évaluation de l'activité entrepreneuriale féminine dans la wilaya de Bejaia	99
III.1 Les femmes dans la wilaya de Bejaia : Quelques indicateurs	99
III.1.1- La population	99
III.1.2- La formation : Education, enseignement supérieur et formation professionnelle	102
III.2- Analyse de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia	106
III.2.1- Evolution de la population des PME appartenant aux femmes	107
III.2.2- Analyse spatiale des PME appartenant aux femmes	108
III.2.3- Répartition sectorielle	109
III.2.4- Répartition des PME appartenant aux femmes selon l'année de création et la taille	110
Chapitre IV : Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia	113
Introduction	113
I. La démarche méthodologique de l'enquête de terrain	114
I.1 Méthodologie du travail	114
I.1.1- Objectifs de l'enquête de terrain	114
I.1.2- Confection et contenu du questionnaire d'enquête	114
I.1.3- Déroulement de l'enquête	116
I.2 Population et échantillonnage	117

I.2.1- Choix de la population d'étude	117
I.2.2- Choix de l'échantillon	118
II. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête	119
II.1 Le niveau personnel	119
II.1.1- L'âge des femmes entrepreneures	120
II.1.2- L'état matrimonial et le nombre d'enfants à charge	120
II.1.3- La situation familiale	122
II.1.4- Le niveau d'instruction	124
II.1.5- L'expérience antérieure	124
II.1.6- Les motivations	126
II.1.7- Les principales qualités	127
II.1.8- L'idée du projet	128
II.2 Le niveau organisationnel	128
II.2.1- Le secteur d'activité	128
II.2.2- Taille des entreprises enquêtées	129
II.2.3- L'année de création	130
II.2.4- La forme juridique	131
II.2.5- Le financement de l'entreprise	131
II.2.6- Les objectifs poursuivis	133
II.3 Le niveau relationnel	134
II.3.1- Les principaux obstacles	134
II.3.2- La discrimination	136
II.3.3- Le soutien de l'entourage	136
II.3.4- Relation avec les femmes entrepreneures	137
II.3.5- Participation aux réseaux	138
II.3.6- Les programmes d'aide et de promotion aux PME	139
II.4- Opinions sur l'entrepreneuriat féminin	140
Conclusion	142
Conclusion générale	145
Bibliographie	148
Liste des annexes	155

Liste des tableaux :

Tableau n° 1 : Synthèse des recherches en entrepreneuriat.....	16
Tableau n° 2: Corrélation entre TAE et les taux de croissance du PNB.....	23
Tableau n° 3 : Résultats de quelques études sur la situation familiale.....	44
Tableau n° 4 : Principaux résultats sur le thème de l'expérience antérieure.....	46
Tableau n° 5 : Synthèse des principales conclusions sur le thème du secteur d'activité.....	53
Tableau n° 6 : Evolution des taux de scolarisation des enfants âgés de 6 à 13 ans (1966 - 2006)	70
Tableau n° 7 : Les taux de réussite par sexe et par cycle.....	71
Tableau n° 8: Principaux indicateurs de l'enseignement supérieur (2000 – 2005).....	73
Tableau n° 9 : Evolution de la population occupée par sexe.....	77
Tableau n° 10 : Evolution du taux de chômage selon le sexe (%).....	80
Tableau n° 11 : Classification de PME en Algérie.....	85
Tableau n° 12 : Evolution de la population de PME (2001 – 2009).....	87
Tableau n° 13 : Evolution de l'emploi dans les PME durant la période 2004-2009.....	87
Tableau n° 14 : Evolution de la part des PME dans le PIB hors hydrocarbures.....	88
Tableau n° 15 : Part des femmes dans la création de PME (dispositif ANSEJ).....	90
Tableau n° 16 : Statistiques cumulées des micros entreprises financées (ANSEJ).....	91
Tableau n° 17 : Evolution moyenne des projets féminins financés.....	92
Tableau n° 18 : Taux de réussite scolaire par sexe et par cycle (2008-2009).....	103
Tableau n° 19 : Les cas de déperdition scolaire par sexe et par cycle (2005 - 2008).....	104
Tableau n° 20 : La capacité d'accueil des établissements de la formation professionnelle.....	106
Tableau n° 21 : Effectifs inscrits en formation professionnelle.....	106
Tableau n° 22 : Représentation des femmes entrepreneures par secteur fin 2009.....	108
Tableau n° 23 : Répartition spatiale des PME appartenant aux femmes (2009).....	109
Tableau n° 24 : Répartition des PME selon l'effectif.....	111
Tableau n° 25 : Répartition des PME selon l'année de création.....	111
Tableau n° 26 : Données relatives à l'enquête de terrain.....	117
Tableau n° 27 : Choix de la population d'étude.....	117
Tableau n° 28 : Taille et structure de l'échantillon retenu pour l'enquête.....	118
Tableau n° 29 : Taille et structure de l'échantillon final.....	119
Tableau n° 30 : Nombre d'enfants à charge.....	121
Tableau n° 31 : Les motivations des femmes entrepreneures.....	127
Tableau n° 32 : Répartition des entreprises enquêtées par secteur d'activité.....	129
Tableau n° 33 : effectifs des entreprises enquêtées.....	130
Tableau n° 34 : Classification des entreprises enquêtées selon la date de création.....	131
Tableau n° 35 : Répartition des entreprises enquêtées selon le statut juridique.....	131
Tableau n° 36 : La structure du financement initial des entreprises enquêtées.....	132
Tableau n° 37 : Les principaux obstacles.....	135
Tableau n° 38 : Types de soutien de l'entourage proche.....	137
Tableau n° 39 : Assertions sur l'entrepreneuriat féminin.....	141

Liste des figures :

Figure n° 1 : De la découverte à l'exploitation entrepreneuriale.....	15
Figure n° 2 : Définition de l'entrepreneuriat selon Bygrave et Hofer.....	16
Figure n° 3 : Evolution du taux d'analphabétisme selon le sexe.....	72
Figure n° 4 : Evolution des diplômées par filières.....	74
Figure n° 5 : Evolution de la population active féminine.....	76
Figure n° 6 : Les principales composantes de la PME à la fin de l'année 2009.....	86
Figure n° 7 : Répartition sectorielle des micros entreprises créées par les femmes.....	92
Figure n° 8 : Evolution de la population de la wilaya de Bejaia (1977 – 2008).....	100
Figure n° 9 : Répartition de la population par tranches d'âge et par sexe au 31/12/2008.....	101
Figure n° 10 : Répartition des élèves scolarisés par sexe (2008-2009).....	102
Figure n° 11 : Evolution des effectifs étudiants par sexe (2005 – 2009).....	105
Figure n° 12 : Evolution des PME de la wilaya de Bejaia (2005-2009).....	107
Figure n° 13 : Evolution des PME appartenant aux femmes (2005-2009).....	108
Figure n° 14 : Répartition sectorielle des PME féminines.....	110
Figure n° 15 : L'âge des femmes entrepreneures enquêtées.....	120
Figure n° 16 : Statut matrimonial femmes entrepreneures enquêtées.....	121
Figure n° 17 : Nombre de frères et sœurs.....	122
Figure n° 18 : Rang des femmes dans la famille.....	123
Figure n° 19 : La présence de proches entrepreneurs.....	123
Figure n° 20 : Niveau d'instruction.....	124
Figure n° 21 : Statut des femmes avant la création.....	125
Figure n° 22 : Expérience professionnelle antérieure.....	125
Figure n° 23 : Principales qualités à la réussite entrepreneuriale.....	127
Figure n° 24 : Provenance de l'idée du projet	128
Figure n° 25 : Le capital investi à la création.....	132
Figure n° 26 : Les objectifs stratégiques.....	134
Figure n° 27 : Types de discrimination à l'égard des femmes.....	136
Figure n° 28 : Nature des relations avec les autres femmes entrepreneures.....	138
Figure n° 29 : Affiliation aux réseaux.....	139
Figure n° 30 : Les aides reçues de la part des collectivités locales.....	139
Figure n° 31 : Opinions des femmes sur des affirmations relatives à l'entrepreneuriat féminin..	142

Liste des abréviations :

AFAC : Association des Femmes Algériennes Cadres.
ANDI : Agence Nationale de Développement des Investissements.
ANDPME : Agence Nationale de Développement de la PME.
ANEM : Agence Nationale de l'Emploi.
ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Microcrédit.
ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune.
APCE : Association Pour la Création d'Entreprises.
APSI : Agence de Promotion de soutien et de Suivi des Investissements.
ASE : Agence de Stimulation Economique.
BTP : Bâtiment, Travaux Publics.
CGCI-PME : Caisse de Garantie de Crédits d'Investissement.
CIFEPME : Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME.
CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.
CNI : Conseil National d'Investissement.
CNES : Conseil National Economique et Social.
CRASC : Centre de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle.
CREAD : Centre de Recherche en Economie Appliquée et Développement.
DPAT : Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire.
DPME : Direction de la Petite et Moyenne Entreprise.
EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée.
FGAR : Fonds de Garantie des Crédits aux PME.
GEM : Global Entrepreneurship Monitor.
IDH : Indice de Développement Humain.
INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.
IPF : Indice de la Participation des Femmes.
ISDH : Indice Sexospécifique du Développement Humain.
ISF : Indice Synthétique de Fécondité.
OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique.
ONS : Office National des Statistiques.
OSCIP : Office pour l'Orientation le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé.
PE : Petite Entreprise.
PIB : Produit Intérieur Brut.
PME : Petite et Moyenne Entreprises.
PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement.
RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat.
SARL : Société à Responsabilité Limitée.
SNC : Société en Nom Collectif.
SPSS: Statistical Package for the Social Sciences.
SPA : Société Par Actions.
TAE : Taux d'Activité Entrepreneuriale.
TPE : Très Petite Entreprise.

Introduction générale / Problématique :

Depuis la fin des années 80, l'Etat algérien a commencé à se désengager progressivement de la sphère économique, notamment en matière d'investissement, laissant le champ à l'initiative privée. Cette nouvelle orientation de la politique économique vers l'économie libérale ne peut se réaliser sans création d'activités économiques, et sans la mise en œuvre de rapports durables entre les activités et les individus. La création d'entreprises constitue dans ce contexte un enjeu économique et social fondamental. Élément essentiel de la dynamique économique, l'entrepreneuriat constitue un outil de renouvellement du tissu économique. Il conduit à une destruction créatrice dans les marchés et les secteurs de l'économie, parce que des nouveaux produits et de business mode arrivent et remplacent d'autres.

Les multiples réformes adoptées, et les diverses institutions créées dans ce sens, ont entraîné un développement important des entreprises privées. Ce développement concerne aussi bien le nombre de nouvelles entreprises que leur poids dans les différents secteurs d'activité. En effet, depuis l'adoption du décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement, qui se veut être la pierre angulaire de la volonté d'ouverture de l'économie et d'une nouvelle politique de promotion de l'investissement, le nombre de PME privées évolue à un rythme de plus en plus élevé. En effet, le ministère de la PME et de l'artisanat¹ a recensé en 2009 près de 515 000 entités (PME privées et activités artisanales), contre 244 570 entités en 2001, ce qui correspond à un taux d'évolution annuelle moyen de plus de 11%.

Cette nouvelle orientation vers l'économie de marché modifie sensiblement le rôle des acteurs engagés dans le développement socio-économique du pays, et place le secteur des PME / PMI au centre des préoccupations, du fait qu'il représente un enjeu important pour soutenir toute dynamique de développement. L'intérêt d'une analyse du phénomène entrepreneurial en Algérie à travers la création notamment de petites et moyennes entreprises prend ici un sens fondamental.

Dans le présent travail, nous allons s'intéresser au rôle de la femme dans ce nouveau contexte économique, à travers sa contribution à l'activité entrepreneuriale, qui constitue un indicateur majeur de son intégration dans tout processus de développement.

Anne Gillet (2003) a signalé que dans un contexte économique globalement difficile, la place des femmes se modifie sensiblement. Elles sont de plus en plus présentes dans la vie économique du pays. De tout temps, elles ont participé au soutien économique de leur famille

¹ Bulletins d'Information statistique du Ministère de la PME et de l'artisanat (2001-2009).

et de leur communauté soit par leur travail formel, ou informel principalement le travail de production domestique (tapis, vêtements, poteries, etc.), ou le travail agricole. Mais depuis quelques années, elles sont de plus en plus nombreuses à investir dans le marché de l'emploi ou à développer une activité économique rémunératrice.

Toutefois, la participation des femmes algériennes à l'activité économique demeure relativement faible. En effet, Boutaleb (2003) a indiqué que « *L'Algérie présente la particularité d'avoir un taux d'activité féminine très faible ; un des plus bas sinon le plus bas dans le monde, à peine 12% de la population active totale occupée en 2000* ».

Cette réalité du salariat semble être valable également pour l'activité entrepreneuriale. En effet, les statistiques de la Banque mondiale datant de 2006, montrent que le nombre d'entreprises créées par les femmes en Algérie n'a progressé que de 8%, sur une période de huit ans (1997 - 2005), et que les investissements féminins n'ont pu réaliser que 9 500 entreprises économiques durant l'année 2006, assurant près de 25 000 postes d'emplois directs.

Ces statistiques qui témoignent du rôle marginal de la femme dans l'activité entrepreneuriale, à travers la création d'activités économiques, doivent nous rappeler la nécessité des efforts restant à accomplir, pour permettre aux femmes qui représentent près de la moitié de la population totale (selon les données du RGPH 2008), de jouer pleinement le rôle qui lui appartient dans le développement économique, notamment sa place dans l'activité entrepreneuriale qui constitue un indicateur majeur de son intégration.

Cet état de fait devrait susciter des interrogations. L'objet de cette étude consiste à dresser un état des lieux de l'activité entrepreneuriale féminine dans la wilaya de Bejaia, en mettant en lumière l'existence éventuelle de caractéristiques propres à l'entrepreneuriat féminin.

Pour atteindre cet objectif, et comprendre les aspects liés à l'entrepreneuriat féminin dans la région, nous proposons de répondre aux deux questions suivantes :

- Existe-elle une activité entrepreneuriale féminine dans la wilaya de Bejaia ?
- Quelles sont les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia ?

Pour mener ce travail de recherche, nous nous sommes basés sur un certain nombre d'hypothèses :

- L'activité entrepreneuriale féminine est une réalité, mais qui demeure peu développée, en d'autres termes la proportion des femmes entrepreneures est très faible par rapport à la population globale d'entrepreneurs.
- Sur le niveau individuel, les femmes entrepreneures ont des trajectoires socioprofessionnelles plus ou moins hétérogènes.
- Les femmes se lancent dans la création d'entreprises de petite dimension, le plus souvent dans des secteurs traditionnellement féminins, qui nécessitent peu de capitaux.
- Sur le plan relationnel, le statut de femme constitue un handicap supplémentaire pour la réussite d'une carrière entrepreneuriale.

Méthodologie :

Pour mieux aborder le thème de notre travail, nous adopterons une démarche méthodologique axée d'une part sur une recherche bibliographique, pour mieux cerner le sujet, et sur un travail de terrain afin d'assembler les informations quantitatives relatives à l'activité entrepreneuriale féminine, qui ont été obtenues auprès des organismes publics et des informations qualitatives de l'enquête effectuée auprès d'un échantillon de 39 femmes entrepreneures. Les résultats de cette dernière nous permettent de se rendre compte des spécificités de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia.

Cette étude sera menée à partir d'un questionnaire, afin de recueillir les données qualitatives qui permettront d'identifier les principales caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin tant sur le plan individuel : caractéristiques personnelles de la créatrice, que sur les plans organisationnel et relationnel : caractéristiques de l'entreprise et relation avec l'entourage.

Notre études portera sur toutes les femmes ayant une activité rémunératrice, sans sélection aucune, et ce dans le but d'identifier éventuellement des groupes homogènes, et dégager ainsi des pistes de recherche plus pointues.

Organisation du travail

La démarche méthodologique étant arrêtée, notre travail sera organisé, très conventionnellement, en deux parties :

La première est une revue de la littérature sur le thème de l'entrepreneuriat en général et féminin en particulier. Elle est scindée en deux chapitres : dans le premier nous

rappellerons d'abord l'évolution historique des approches théoriques ayant traité de l'entrepreneuriat, en mettant en lumière le caractère multidisciplinaire de ce champ, auquel économistes, sociologues et gestionnaires se sont intéressés ; ensuite nous allons tenter de montrer l'importance de l'entrepreneuriat, notamment sur la croissance économique et la création d'emploi. Le deuxième chapitre sera consacré à la présentation d'une revue de littérature sur l'entrepreneuriat féminin, qui se veut une synthèse des différents écrits sur le sujet, et qui s'articule autour de trois niveaux : individuel (la femme entrepreneure), organisationnel (l'entreprise), et relationnel (relations avec l'environnement et l'entourage).

La seconde partie se veut être un essai d'évaluation et d'analyse de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia. Elle comprend deux chapitres : Le premier se portera sur l'évolution de la place de la femme dans les différents secteurs ainsi que l'analyse de la participation de la femme à l'activité entrepreneuriale sur le territoire national et celui de la wilaya de Bejaia. Enfin, dans le second chapitre nous allons tenter à partir de l'étude d'un échantillon de PME appartenant à des femmes, de dégager les principales caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia.

CHAPITRE I : APPROCHES THEORIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT

Introduction:

Le thème que nous proposons d'étudier, nous amène à consacrer ce premier chapitre à l'évolution historique de la littérature et des écrits consacrés à l'entrepreneuriat, et ce à travers la présentation dans un premier temps, des principales approches ayant traité de ce domaine, au sujet duquel existe une grande variété de définitions, pour mettre l'accent ensuite sur son rôle dans le développement socio-économique.

Définir ce qu'est l'entrepreneuriat n'est pas une chose aisée, même si ce phénomène existe depuis fort longtemps, mais il reste très difficile d'en donner une définition qui fera l'unanimité. En effet, les travaux réalisés dans ce domaine ont proposé de nombreuses définitions, sans qu'aucune d'entre elles ne reçoive un consensus général. Ce constat fait dire à Verstraete, « *Selon les auteurs, et les disciplines, il renvoie à des logiques parfois fort différentes et il serait illusoire de croire en un possible consensus sur une définition, une théorie ou un modèle de l'entrepreneuriat* ». ¹

Une grande partie des travaux de recherche consacrés au thème de l'entrepreneuriat a tenté de répondre fondamentalement, à trois questions principales, et ce selon la discipline et le courant des auteurs qui s'y sont intéressés.

C'est ainsi que Stevenson et Jarillo (1990)², signalent et distinguent trois approches traitant de l'entrepreneuriat.

- L'approche fonctionnelle (What) des économistes
- L'approche comportementale centrée sur les individus (Why et Who) des spécialistes des sciences de comportement
- L'approche processuelle (How) des gestionnaires.

Jusqu'à la fin de la décennie 1980, la recherche a connu l'émergence de deux courants, l'approche fonctionnelle des économistes, qui ont fait du rôle de l'entrepreneur dans le développement du système économique et des effets de l'entrepreneuriat, leurs principaux centres d'intérêt. C'est une approche qui définit l'entrepreneur « *par ce qu'il fait* ». L'approche comportementale quant à elle, a mis la personnalité de l'entrepreneur au centre du

¹ Th. Verstaete, « *entrepreneuriat : Connaitre l'entrepreneur, comprendre ses actes* », L'Harmattan économie et innovation, 1999, p11

² Stevenson et Jarillon (1990), Cité par A. Fayolle, « *Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre* », DUNOD, Paris, 2004, p 27.

phénomène entrepreneurial, puisqu'elle fournit une description qui fait que l'on peut identifier tel ou tel comme entrepreneur. La décennie 1990 a vu naître l'approche processuelle développée par les gestionnaires, qui ont fait des limites évidentes de l'approche comportementale leur point de départ. Dans cette première section il sera question d'aborder ces trois approches, tout en reprenant la synthèse du champ de l'entrepreneuriat, dressée par Fayolle (2005).

Dans ce chapitre il sera également question d'aborder l'importance de l'entrepreneuriat comme moteur de la croissance économique, une source de création d'emploi, mais aussi un vecteur d'épanouissement personnel.

Enfin, en guise d'introduction au thème central de notre recherche qui est l'entrepreneuriat féminin, et qui se trouve lié à une notion fondamentale, à savoir « le genre », souvent confondue avec la notion du « sexe », nous avons pris le soin de clarifier la différence entre ces deux notions et savoir à quel point le genre est mobilisé dans les études portant sur le thème de l'entrepreneuriat.

I. Diversité des approches théoriques :

La littérature relative au concept d'entrepreneuriat propose une grande variété de définitions, puisque celui-ci expose plusieurs manifestations. Selon Verstraete (2000) *«L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une, délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques»*.³ Dans ce cadre nous discuterons la difficulté d'une définition du concept de l'entrepreneuriat, en présentant les diverses approches du phénomène entrepreneurial.

I.1- L'approche fonctionnelle :

Le phénomène de l'entrepreneuriat doit beaucoup aux économistes, puisque ses bases historiques appartiennent aux sciences économiques. En effet, dès le dix-huitième siècle des définitions, de l'entrepreneur ont été proposées par plusieurs auteurs.

Le concept de l'entrepreneuriat apparaît dans la littérature économique à travers les écrits de R. Cantillon (1755) et J.B. Say (1803), qui tentaient de présenter la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique.

³ Th. Verstraete, « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions EMS, 2000, p11.

R. Cantillon (1755), souligne dans son analyse du phénomène entrepreneurial, le rôle de l'incertitude et du risque, puisque selon lui : « *L'entrepreneur est un agent de direction de la production et du commerce qui supporte seul les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix. L'entrepreneur de Cantillon effectue des achats à des prix certains pour se procurer toutes les ressources nécessaires à sa production. Ses ventes et ses recettes sont, par contre, aléatoires, ce qui rend incertaine l'espérance de profit* »⁴

Cantillon accorde, néanmoins, à l'entrepreneur la possibilité d'anticiper le risque en essayant de prévoir les comportements et les décisions d'achat pour fixer des niveaux de prix convenables pour ses marchandises, et qui puissent être acceptés par les acheteurs. L'évaluation de l'état du marché est donc un acte essentiel qui dépend beaucoup de son expérience personnelle.

J.B. Say est le deuxième économiste ayant évoqué les fonctions et les activités de l'entrepreneur, en mettant l'accent sur « ce qu'il doit être », à savoir notamment : Prévoir, organiser, commander et contrôler. Il en donne la description suivante : « *l'entrepreneur est l'intermédiaire entre toutes les classes de producteurs et entre ceux-ci et le consommateur. Il administre l'œuvre de la production ; il est le centre de plusieurs rapports ; il profite de ce que les autres savent et de ce qu'ils ignorent, et de tous les avantages accidentels de la production* »⁵.

Say met l'entrepreneur au centre du processus économique, et dans la mise en place d'une organisation ; l'entrepreneur est un agent économique rationnel et dynamique, qui est appelé à assumer deux fonctions dans le système économique : L'entrepreneur est avant tout un organisateur, en ce sens il réunit et combine les facteurs de production, pour créer le cadre et les conditions d'une utilité optimale. Néanmoins, quelques risques accompagnent toujours les entreprises industrielles, même celles qui sont les mieux conduites. Elles ne sont pas à l'abri d'un échec. L'entrepreneur peut donc y perdre sa fortune.

Dans la pensée de Say, diriger et organiser d'une part, prendre des risques d'autre part, sont les deux fonctions de l'activité de l'entrepreneur. Cependant, une faiblesse évidente, a été relevée par Keynes quant à cette conception. En effet, ce dernier souligne que la préoccupation centrale de Say est l'étude d'un entrepreneur agissant dans un univers certain, puisqu'il pense que l'offre crée sa propre demande⁶, ce qui exclu tout risque lié à

⁴ Cantillon (1755), cité par O. Toutain, « Entrepreneuriat, territoire et développement économique : une question de configuration ou de dosage ? », cahier de recherche « L'art d'entreprendre » N° 2/10 EM Lyon, 2010, p 02.

⁵ Say (1972), cité par A. Tounès, « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73, 2003, p 06.

⁶ La loi des débouchés de Say : L'offre crée sa propre demande.

l'écoulement de la production, ou à l'organisation et la gestion des stocks éventuels, par l'entrepreneur.

Donc on peut conclure que l'importance économique de l'entrepreneuriat réside dans le fait qu'il offre des opportunités à saisir en vue de la réalisation d'un profit, mais comporte également un risque à supporter.

Schumpeter (1935), que Fillion (1997) qualifie de père du champ de l'entrepreneuriat, fait évoluer d'une façon importante la compréhension que nous avons de la fonction entrepreneuriale. Il associe à l'entrepreneur une définition plus restrictive que celle de Say et rejette notamment la notion de risque lorsqu'il écrit : « *La conception de l'entrepreneur vu comme celui qui supporte les risques, est incompatible avec nos idées* »⁷. Dans l'analyse que l'auteur fait de la notion de risque, il propose de distinguer deux catégories très différentes : les risques prévisibles et les risques imprévisibles. La première catégorie peut elle-même être segmentée en deux sous-ensembles, les risques techniques de la production et les risques commerciaux. Ce type de risques est lié à la détermination du coût de production. La prime de risque ne représente cependant pas un gain pour le producteur, elle l'est tout au plus pour la compagnie d'assurance. Il en va autrement si les risques n'ont pas été prévus. Dans ce cas, ils constituent des opportunités : des sources de perte, et des sources de gain.

Dans sa publication intitulée « *La théorie de l'évolution économique* », apparue en 1935, Schumpeter a fait de l'entrepreneur un agent économique à part entière, le moteur du progrès technique et l'élément essentiel de l'évolution et du développement économique et ce en mettant l'accent sur le rôle innovateur de l'entrepreneur, qui a pour fonction particulière la perception et l'exploitation de combinaisons nouvelles des moyens et facteurs de production. Il annonce, dans ce sens que « *l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de **nouvelles opportunités** dans le domaine de l'entreprise... cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons* »⁸. Pour lui, c'est l'innovation qui distingue l'entrepreneur du manager.

Par combinaisons nouvelles, l'auteur entend cinq situations distinctes : la fabrication d'un nouveau produit, l'introduction d'une méthode de production nouvelle, la conquête d'un

⁷ Schumpeter (1935), cité par Ph. Béraud, « Qui est l'entrepreneur ? Débat autour du spectre de la théorie économique », Université de Rennes I, p10

⁸ Schumpeter (1935), cité par A. Fayolle, « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », 6 Congrès francophone sur la PME- Octobre 2002-HEC- Montréal, p 3.

nouveau débouché, la maîtrise d'une source nouvelle de matière première et l'implantation d'une nouvelle organisation de la production.

Schumpeter souligne également le rôle perturbateur de l'entrepreneur. Il note que seuls les individus capables d'innover méritent l'appellation d'« entrepreneurs », ils sont doués d'imagination et font preuve d'initiative et de volonté. Ils assurent le passage entre le monde scientifique de la découverte et des inventions, et le monde économique des innovations.

Le système ne peut progresser rapidement que si l'effort créatif est récompensé. Par l'innovation, l'entrepreneur introduit un déséquilibre dans le circuit économique et il peut en obtenir un profit, mais celui-ci reste temporaire. Toute innovation finit inévitablement par être imitée, et lorsqu'elle est généralisée, un nouvel état d'équilibre est atteint, entraînant la disparition de la source de profit. Ce denier est la rémunération accordée à l'entrepreneur, c'est le stimulant de l'innovation, « *Sans évolution, pas de profit. Sans profit, pas d'évolution* », écrivait encore Schumpeter (1935). Ainsi, la liaison profit-innovation apparaît-elle duale, d'une part, l'innovation est la seule façon active de s'attribuer un profit, qui joue ainsi le rôle d'aiguillon du progrès, d'autre part, le profit est la rémunération de l'innovation qui est la récompense accordée à l'entrepreneur.

Ces premières définitions, permettent de déterminer et de cerner les mots clés, se rapportant à la notion de l'entrepreneuriat : prise de risque, innovation, opportunité, incertitude, développement économique.

Pour synthétiser, nous disons que les auteurs de l'approche fonctionnelle ont le mérite de donner une base historique à la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat. Leur point de vue est multi composants, puisqu'ils retiennent principalement deux figures d'entrepreneurs qui sont celle de l'entrepreneur organisateur d'activités économiques et de l'entrepreneur innovateur. Aussi, selon cette approche, l'entrepreneur est appelé à jouer dans le système économique deux rôles fondamentaux, à savoir celui de preneur de risques et d'innovateur.

I.2- L'approche centrée sur les individus :

Si les économistes se sont intéressés aux fonctions de l'entrepreneur, et le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement économique, les auteurs de ce courant ont braqué leurs regards et axé leurs réflexions sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, leurs traits de personnalité, leurs comportements, leurs origines et trajectoires sociales, et sur les motivations entrepreneuriales.

I.2.1- L'approche par les traits de personnalité :

Dans ce cadre, l'approche par les traits de personnalité repose sur l'hypothèse que certains traits psychologiques prédisposent les entrepreneurs, les différenciant ainsi des non entrepreneurs. Elle cherche peut-être un profil type d'entrepreneur qu'il serait possible d'identifier par une caractéristique principale ou un ensemble de caractéristiques.

Devant les difficultés de validations empiriques, plusieurs chercheurs ont réfuté les fondements de cette approche. Ainsi Brockhaus et Horwitz (1986) insistent sur la difficulté à classer les entrepreneurs selon leurs traits de personnalité. Par ailleurs, Gartner (1988) montre l'impossibilité de définir, à priori, les caractéristiques permettant de discriminer les entrepreneurs dans une population.

D'autres recherches indiquent qu'il existerait plus de différence entre entrepreneurs qu'entre entrepreneurs et non entrepreneurs (Brockhaus 1982, Gasse 1982, Gartner 1985, ...).

I.2.2- Le Besoin d'accomplissement et de puissance :

McClelland (1961) fut le premier à critiquer la perception de Schumpeter, en considérant qu'un gestionnaire créateur qui prend de bonnes décisions pourrait être également considéré comme un entrepreneur. Il conclut que l'entrepreneur n'est pas forcément un preneur de risque.

Il propose deux dimensions qui seraient à l'origine du comportement entrepreneurial : Le besoin d'accomplissement et le besoin de puissance. Il considère ainsi les entrepreneurs comme étant des individus qui ont un besoin élevé d'accomplissement, ce qui leur donne une capacité à résoudre seuls des problèmes et qui s'orientent vers des situations caractérisées par des risques modérés. Ils présentent également un fort besoin de puissance qui traduit la volonté d'occuper une place prédominante dans un système.

Selon McClelland, « *Les entrepreneurs se caractérisent par un besoin élevé d'accomplissement. Ils préfèrent être responsables de la solution des problèmes, établir leurs propres objectifs et les atteindre par leur seul effort. Ils ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leurs habilités...* »⁹

Les travaux de McClelland ont intéressé de nombreux chercheurs qui ont étudié le besoin d'accomplissement comme caractéristique spécifique de l'entrepreneur, sans pouvoir établir une conclusion définitive sur l'existence d'un lien direct et unique entre ce concept et

⁹ E-M. Hernandez, « Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Paris, L'Harmattan, 1999, p 256

le succès de l'entrepreneur, rejetant ainsi l'existence d'une seule variable caractérisant l'entrepreneur.

En ce sens, psychologues, sociologues et spécialistes du comportement s'accordent à conclure qu'un modèle multidimensionnel, qui englobant une série de caractéristiques (variables), décrivent l'entrepreneur et seraient à l'origine de création d'entreprises.

Dans une importante étude empirique, portant sur les besoins des créateurs d'entreprises britanniques, Birley et Westhead (1994) font apparaître trois valeurs clés pouvant être à l'origine de la création d'entreprises, et qui sont :

- **Le besoin d'indépendance et de liberté** : Dans ce cas, la création d'une entreprise est aperçue comme un moyen, pour mieux contrôler son environnement et maîtriser une plus grande partie de son temps.
- **Le besoin de reconnaissance** : L'entrepreneur tente de combler son besoin d'être reconnu via la multiplicité des avantages que lui procurent son entreprise, et par conséquent l'image que peut lui renvoyer son entourage.
- **Le besoin de développement personnel** : Les multiples situations auxquelles l'entrepreneur est appelé à faire face et les décisions qu'il doit prendre, permettent d'exprimer son imagination et sa capacité d'innovation et de direction.

De son côté, et pour établir que le phénomène entrepreneurial ne dépend pas que d'une seule et unique variable, Fayolle (2002) met l'accent sur la contribution de De-Vries (1977), qui considère le comportement de l'entrepreneur comme la résultante des influences de ses milieux d'appartenance, de son environnement immédiat, à travers l'espace et le temps.

« Un point de vue original appartenant à l'école psychanalytique est apporté par Kets De Vries (1977). Ce dernier stipule que le comportement entrepreneurial est la résultante d'expériences vécues dans la tendre enfance et caractérisées par un environnement familial hostile et de nombreux problèmes affectifs. Ces situations ont conduit les individus à développer des formes de personnalités déviantes et peu insérables dans des environnements sociaux structurés, au sens où ils ont des difficultés à accepter une autorité et à travailler en équipe avec d'autres personnes » (Fayolle, 2002).

Les adeptes de l'approche centrée sur les individus ont fait l'objet de multiples critiques. Plusieurs typologies d'entrepreneurs sont proposées, sur la base des caractéristiques psychologiques, sans pouvoir distinguer un profil type d'entrepreneur. En ce sens, nous pensons que tout individu est le produit de son milieu d'appartenance ; les entrepreneurs sont influencés par leur environnement proche et reflètent d'une certaine façon, les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent (ou ont évolué).

Stevenson et Jarillo (1990), estiment qu'il est difficile de modéliser et d'expliquer un comportement complexe (l'entrepreneuriat) en s'appuyant sur quelques traits psychologiques ou sociologiques. Ce constat se trouve de plus en plus partagé, ce qui a conduit les chercheurs à l'étude des processus entrepreneuriaux.

I.3- L'approche processuelle :

« Une très grande diversité dans les situations entrepreneuriales et dans les créations d'entreprises, les entrepreneurs et leurs projets entrepreneuriaux sont différents les uns des autres »¹⁰. Tel est le constat qui a servi de point de départ à l'apparition de ce courant, dont les auteurs considèrent que l'entrepreneuriat est un phénomène complexe et multidimensionnel (Gartner 1985, Bruyat et Julien 2001). Ce courant initié par les gestionnaires, a le mérite d'intégrer l'environnement et surtout l'organisation.

Bygrave et Hofer (1991), donne la définition suivante du processus entrepreneurial : « Le processus entrepreneurial implique toutes les fonctions, activités et actions, associées à la perception d'opportunités et de création d'organisations »¹¹

Gartner (1985 et 1988) a une vision similaire de ce phénomène, lorsqu'il considère l'entrepreneuriat comme un phénomène qui consiste à créer et organiser de nouvelles activités, et quand il évoque le concept d'émergence organisationnelle.

Les auteurs de ce courant s'accordent sur le fait que l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité, et de la maintenir.

Plusieurs cadres et modèles ont été élaborés, pour tenter une description du phénomène entrepreneurial. La plupart d'entre eux sont construits sur l'idée selon laquelle le comportement entrepreneurial est la résultante d'un processus de type interactionniste entre des éléments qui appartiennent à l'environnement et d'autres éléments propres à l'individu. Néanmoins, deux principales approches sont à distinguer.

La première est initiée par Gartner, qui défend l'idée que l'entrepreneuriat est la création de nouvelles organisations, et qui affirme « Si vous mettez en place une organisation, vous êtes un entrepreneur; sinon, vous ne l'êtes pas »¹².

Dns son article publié en 1989 (what is an entrepreneur ? is the wrong question)

¹⁰ Gartner (1985), Cité par A. Fayolle (2002), Op. Cit, p 05.

¹¹ Bygrave et Hofer (1991), Cité par A. Fayolle (2002), Op. Cit, p 05.

¹² Ph. Béraud, « Qui est l'entrepreneur ? Débat autour du spectre de la théorie économique », Université de Rennes I, p13

Gartner propose d'étudier ce que fait l'entrepreneur et met l'accent sur **la création d'une organisation**, résultat de multiples influences intervenant dans un processus complexe. Il annonce ainsi, « *La recherche sur l'entrepreneur devrait se focaliser sur ce que fait l'entrepreneur et non ce qu'il est* »¹³.

L'émergence organisationnelle constitue l'apport fondamental de Gartner, qui considère que l'étude de l'entrepreneuriat revient à étudier la naissance de nouvelles organisations, c'est-à-dire les activités permettant à un individu de créer une nouvelle entité.

L'approche développée par Gartner a fait néanmoins, l'objet de deux critiques majeures, la première est relative au concept même de « l'émergence organisationnelle », qui relève de la théorie des organisations, plutôt du domaine de l'entrepreneuriat (Shane et Vankatarman 2000 ; Davidsson, Low et Wright 2001). La seconde est formulée par Bruyat (1993), qui considère que le processus de création d'une nouvelle organisation n'est pas forcément entrepreneurial. Il annonce à ce propos : « *Toutes les créations d'organisation ne conduisent pas à des situations où l'intensité du changement pour l'individu et l'importance de création de valeur se situent à un niveau élevé. Des entreprises peuvent être créées par imitation, par reproduction ou encore dans le but de transférer une activité existante.* »¹⁴

En s'appuyant sur les travaux de Gartner, Bruyat met l'accent sur la nécessité de considérer la dialogique (individu / Création de valeur), dans l'étude du phénomène entrepreneurial. Il annonce à ce propos : « *l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu / création de valeur* ». Et d'ajouter « *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 —————→ *Création de valeur nouvelle*

« *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), nous avons :*

Création de valeur nouvelle —————→ *Individu* »¹⁵

¹³ M. Coster, « Entrepreneur et entrepreneuriat », actes de la journée cadres et entrepreneuriat : Mythes et réalités », les cahiers du GDR CADRES, 2002, p 09

¹⁴ Bruyat (1993), cité par A. Fayolle (2002), Op. Cit, p 06.

¹⁵ T. Verstraete (1999), Op. Cit, P19.

La seconde approche est celle de Shane et Vankatarman (2000), basée sur la notion « d'opportunité entrepreneuriale ». Le champ de l'entrepreneuriat est défini ici comme « *The scholarly examination of how, by whom and with what effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated and exploited* »¹⁶

C'est ainsi que Messeghem (2006)¹⁷, a proposé un modèle permettant le passage de la découverte à l'exploitation de l'opportunité. En retenant trois composantes d'une attitude entrepreneuriale : cognitive (découverte de l'opportunité), affective (avoir envie de l'exploiter) et conative (l'exploiter), le modèle proposé permet une meilleure compréhension du processus entrepreneurial.

La figure n°1 (page 15), montre que la découverte constitue l'étape clé de ce processus, elle dépend de ce que Kirzner (1997) appelait la vigilance entrepreneuriale¹⁸ qui est définie comme une attitude de réceptivité face aux opportunités disponibles. Donc la découverte ne peut être qu'un processus individuel. Ce processus cognitif sera fondé sur une évaluation personnelle qui rend la situation plus ou moins favorable selon ses valeurs et son expérience. La vision de l'entrepreneur est la représentation mentale à la fois du présent et du futur, de son organisation et de son environnement.

Le passage de la vision à l'intention n'est pas automatique. Elle dépend de deux variables :

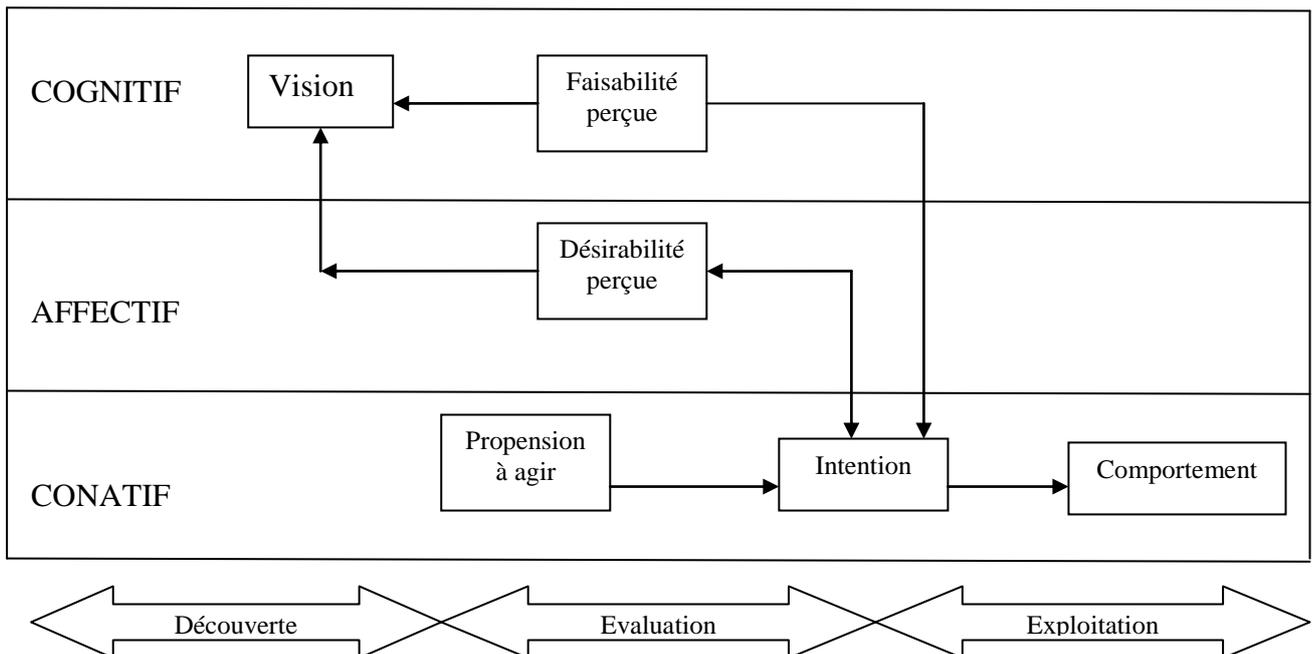
- La faisabilité perçue qui correspond à la perception de sa capacité de mener à terme et avec succès une opportunité.
- La désirabilité perçue s'apparente à la perception de son désir de voir aboutir une opportunité.

Le passage de l'intention au comportement dépend de la propension à agir. Selon Krueger (1993), la propension à agir traduit la capacité du décideur à exercer un contrôle sur ses décisions.

¹⁶ Venkataraman (1997), cité par A. Fayolle Op. Cit, p 06.

¹⁷ Karim Messeghem, « l'entrepreneuriat en quête de paradigme ; apport de l'école autrichienne », 8é CIFEPME, octobre 2006,

¹⁸ Kirzner (1997) annonce « *la vérité est que la capacité à apprendre sans recherche délibérée est un don que les individus ont à des degrés complètement différents. C'est sûrement ce don que nous avons à l'esprit lorsque nous parlons de vigilance entrepreneuriale* »

Figure n°1 : De la découverte à l'exploitation entrepreneuriale

Source : Karim Messeghem: l'entrepreneuriat en quête de paradigme ; apport de l'école autrichienne, CIFEPME, octobre 2006, p07.

Cette approche fut critiquée par Fayolle sur deux plans :

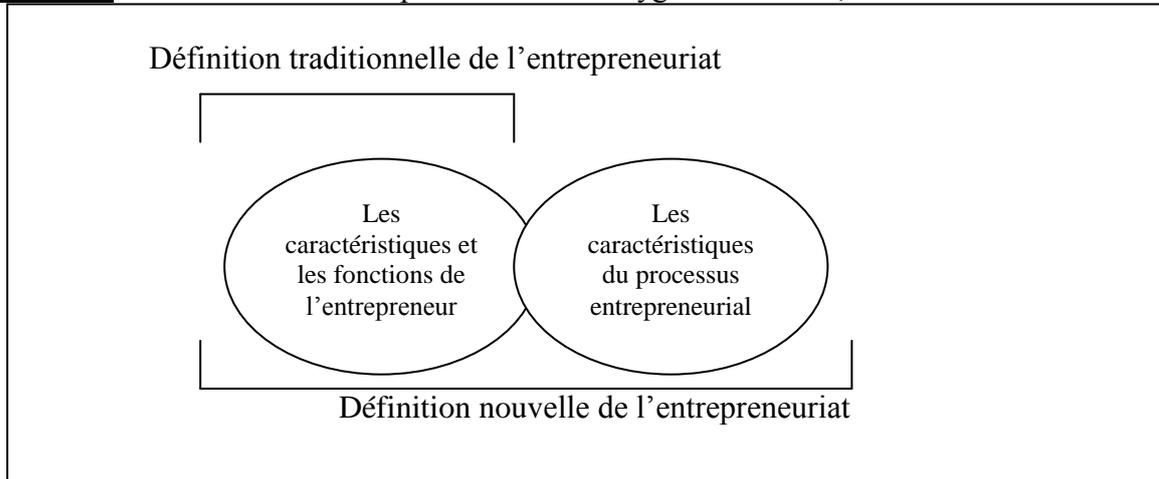
Dans un premier temps, il s'agit d'une approche qui suppose que les opportunités existent dans la nature, en tant que telles, et qu'il suffit d'avoir une capacité à les reconnaître pour se les approprier et les transformer en réalités économiques. Shane et Venkataraman (2000), annoncent à ce propos : « *Bien que la reconnaissance des opportunités entrepreneuriales est un processus subjectif, les opportunités elles-mêmes sont des phénomènes objectifs, non connues par toutes les parties et à tout moment* »¹⁹. Fayolle pense que l'opportunité entrepreneuriale se construit au cours du processus de création de l'activité, et ne constitue donc pas le point de départ, plutôt un élément qu'il faut découvrir de ce processus.

La seconde critique est liée au fait que l'approche préconise de se concentrer sur un processus d'exploitation ou de concrétisation d'une opportunité qui va déboucher sur la création d'un bien ou d'un service. Alors que l'entrepreneuriat selon Fayolle, pourrait également tirer bénéfice de l'étude de processus n'ayant pas abouti, dans le but de mieux comprendre ce qui se passe dans ces situations entrepreneuriales.

¹⁹ Shane et Venkataraman (2000), cité par R. Paturol (2007), « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat », Revue Internationale de Psychosociologie, 27- 43.

Dans la même ligne de conduite, Bygrave et Hofer (1991) considèrent l'entrepreneur comme celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter. Ils nous donnent la représentation, schématisée dans la figure n° 2, de l'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat.

Figure n° 2 : Définition de l'entrepreneuriat selon Bygrave et Hofer, 1991



Source : M. Coster, « entrepreneur et entrepreneuriat », acte de la journée cadres et entrepreneuriat : Mythes et réalités », les cahiers du GDR CADRES, 2002, page 09

Pour synthétiser, Nous avons tenté dans cette première description de mettre l'accent sur le caractère multidisciplinaire de l'entrepreneuriat. En effet, sociologues, économistes, et gestionnaires se sont intéressés à l'étude de ce phénomène. Ce qui rend difficile de donner une représentation complète et détaillée du phénomène. Dans ces conditions, nous avons souhaité, dresser un tableau synthétique, qui représente les disciplines et leur vision.

Tableau n° 1 : Synthèse des recherches en entrepreneuriat

Approches	Fonctionnelle (What)	Sur les individus (Who / Why)	Processuelle (How)
Echelle du temps	200 dernières années (à partir des années 1800)	Depuis le début des années 1950	Depuis le début des années 1990
Domaine	Economie	Psychologie, Sociologie	Sciences de gestion, théories des organisations
Objet de l'étude	Fonctions de l'entrepreneur	Caractéristiques personnelles, traits, motivations des entrepreneurs	Processus de création de nouvelles activités et de nouvelles organisations
Hypothèse de base	L'entrepreneur joue/ ne joue pas un rôle important dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différentes des non entrepreneurs	Les processus entrepreneuriaux sont différents les uns des autres

Source : Alain Fayolle, introduction à l'entrepreneuriat, DUNOD, 2005, p17.

Sans vouloir apporter une réponse définitive là où toute une communauté d'auteurs est en désaccord, nous retenons, avec Cunningham et Lischeron (1991), qui ont englobé dans une présentation typologique l'apport des différentes écoles de pensée, que l'entrepreneuriat est un phénomène multi-facettes et que chaque école apporte un éclairage à la fois unique et particulier sur l'une ou l'autre de ces facettes.

Ils repèrent dans ce cadre, quatre facettes de l'entrepreneuriat :

- Les qualités personnelles : Constituées des qualités personnelles et des valeurs de l'entrepreneur,
- la reconnaissance des opportunités : Ils considèrent que l'anticipation du futur, la reconnaissance et la découverte des opportunités sont des éléments clés,
- action et management : Qui suggère que la réussite de l'entrepreneur peut être améliorée par des outils managériaux techniques et non techniques.
- l'adaptation : Qui reconnaît le besoin de changer l'orientation stratégique pour s'adapter.

II. Importance de l'entrepreneuriat :

II.1- Les PME : Moteur de la croissance économique :

Le rôle indispensable de la PME dans la croissance économique est désormais indéniable. Elle est devenue le moteur de la croissance économique. Partout au monde, son rôle est vital, dans le processus de développement.

Economistes et décideurs s'accordent sur le fait que les petites entreprises, contribuent non seulement à l'emploi et à la stabilité sociale et politique mais également à l'innovation et à la concurrence (Wennekers et Thurik, 1999). Ceci remplace la vue plus ancienne, selon laquelle les petites entreprises devraient être maintenues pour des raisons sociales plutôt qu'économiques, même à un coût économique net²⁰.

En effet ce rôle indispensable a été reconnu dès les années 1970. « *Toutes les données convergent pour démontrer la montée, autour de 1970 d'un nouveau dynamisme des PME dans les pays industrialisés* » (Julien, 1997)²¹.

²⁰ R. Thurik, S. Wennekers and L.M. Uhlaner, « Entrepreneurship and economic performance : A macro perspective », Centre for Advanced Small Business Economics, Faculty of Economics, Erasmus University Rotterdam, Nvember 2002, p 03

²¹ Julien (1997), cité par P. Prévost, « Le développement local : contexte et définition », Cahiers de recherche IREC 01-03 Institut de recherche et d'enseignement pour les coopératives de l'Université de Sherbrooke (IRECUS), Janvier 2003, p10

Les facteurs qui justifient cet intérêt sont nombreux. Les nouvelles entreprises et les PME ont des taux de survie beaucoup plus intéressants, elles génèrent de très nombreux emplois, elles sont en fait responsables de la création de la majorité des nouveaux emplois. La part des PME dans les investissements et les exportations est toujours en croissance. Évidemment, ce dynamisme repose sur les PME modernes, celles qui utilisent des technologies appropriées et qui n'hésitent pas à innover.

Les partisans des grandes entreprises attribuent ce dynamisme, en partie au fait que ces dernières se sont délestées de leurs secteurs les plus marginaux au profit de sous-traitants (PME). A ce sujet (Joyal, 1997) affirmait que les PME sont des dimensions qui peuvent s'animer à partir du niveau local, ce qui n'est pas le cas des grandes entreprises.

Julien, 1997 retient toute une série de facteurs ayant permis la renaissance des PME, pour constituer le moteur du développement économique. On cite :

- La segmentation des marchés
- Les nouveaux besoins de flexibilité
- Le développement des nouvelles technologies
- Le taux de chômage élevé
- Le soutien des gouvernements aux PME

A titre d'exemple, citant le cas du Québec qui n'a pu réduire son retard économique sur les autres provinces canadiennes que lorsque la PME a été reconnue comme le moteur du développement économique. Voici ce que Gasse, D'Amours et Boucherd (1988) ont écrit à ce sujet : « *La PME est la plus grande responsable du développement récent de l'économie québécoise. Par son dynamisme, la PME se retrouve dans les secteurs où sa capacité d'innover lui permet de se tailler une place...L'économie du Québec tient aujourd'hui à la vitalité de ses PME, d'où le grand intérêt et la grande attention qu'on leur porte* »²².

Une étude de l'OCDE (2004) sous le thème « *Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale* », fait ressortir quelques résultats concernant le rôle des PME dans le développement économique et social. En effet, ces dernières génèrent plus de 55% du PIB et plus de 65% du nombre total des emplois dans les pays à revenu élevé (ces pays ont un PIB / habitant > 20 000 \$ en 2004); et plus de 95% du nombre total des emplois et environ 70% du PIB, dans les pays à revenu intermédiaire (ces pays ont un PIB / habitant < 20 000 \$ en 2004).

²² S.A. Kounta, « Caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali » mémoire de maîtrise en gestion des organisations, soutenu en juillet 1997 à l'université du Québec.

II.2- Importance économique de l'entrepreneuriat :

« L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Il est, très souvent, à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois, et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique »²³.

Le rôle de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur a été souligné au moins implicitement dans la présentation précédente. En effet, l'idée selon laquelle l'entrepreneuriat et la croissance économique sont intimement liés a sans aucun doute fait son chemin depuis les travaux de Schumpeter (1911), qui considère que la croissance est essentiellement le résultat de l'innovation, qui permet d'augmenter la productivité du travail par l'introduction de nouveaux procédés de production et donc d'augmenter les revenus ou de développer de nouveaux produits ou services.

La qualité principale associée à la figure de l'entrepreneur, à savoir sa capacité à innover et son rôle de « destruction créatrice », lui permettent ainsi d'être le moteur de l'évolution économique. Par l'innovation, l'entrepreneur schumpeterien recherche la création de nouvelles opportunités de profit. Celles-ci peuvent découler d'accroissements de productivité. Dans ce cas, la relation avec la croissance économique apparaît assez clairement. Plus encore, la situation de déséquilibre créée par l'entrepreneur peut être une situation propice à de nouvelles innovations, à de nouvelles opportunités de profit.

II.2.1- Entrepreneuriat et croissance économique :

Plusieurs auteurs ont tenté de mettre en évidence le rôle de l'entrepreneuriat dans la croissance économique, à l'image de Fortin (1992) qui écrivait dans l'un de ses ouvrages portant sur l'entrepreneuriat, « *L'entrepreneurship et l'intrapreneurship suscitent l'émergence de nouveaux entrepreneurs, qui créent l'entreprise génératrice d'emplois. D'ailleurs, le moment est venu de reconnaître que le développement passe d'abord par des personnes, particulièrement par des personnes qui ont des talents pour entreprendre* »²⁴.

De son côté Dejardins (2000), relie la croissance à l'entrepreneuriat de la manière suivante : « *En introduisant de nouvelles idées, de nouveaux procédés, de nouveaux produits et services, les entrepreneurs et les intrapreneurs affectent et, utilement, renouvellent les*

²³ A. Fayolle (2004), Op. Cit, p 07

²⁴ P.A. Fortin (1992), cité par M. Dumais, B. Jean, S.A. Morin, S. Dionne, « La propriété locale des entreprises, la relève entrepreneuriale et le développement des collectivités », rapport de recherche présenté au réseau des Sociétés d'Aide au Développement des Collectivités (SADC) du Québec, avril 2005, p29.

activités d'une économie. Agrégées relativement à un territoire, leurs multiples initiatives peuvent se traduire par un effet positif sur la croissance. »²⁵

Au-delà des contributions et des constats des différents auteurs, au sujet du lien entre le niveau de l'activité entrepreneuriale et celui de la croissance économique, on mettra l'accent dans ce qui suit sur les études menées par Global Entrepreneurship Monitor (GEM)²⁶ et qui tentent d'établir un lien statistique, à partir d'enquêtes réalisées dans les pays membres du groupe. Rappelant que les auteurs définissent l'entrepreneuriat comme le processus, mis en œuvre par une ou plusieurs personnes, visant la création d'une nouvelle entreprise de manière indépendante ou avec l'aide d'un employeur.

Les différentes études portant sur l'entrepreneuriat font apparaître une relation systématique entre le niveau de développement économique d'un pays et son niveau et types d'activité entrepreneuriale. Les pays ayant des PIB / habitant similaires tendent à présenter des niveaux d'activité entrepreneuriale similaires, alors que des différences significatives existent entre les pays ayant des niveaux de PIB différents.

Pour un niveau de PIB/habitant faible, la structure industrielle se caractérise par la dominance d'une multitude d'entreprises de petite taille. Au fur et à mesure que le revenu par habitant augmente, l'industrialisation et l'économie d'échelle permettent l'établissement de grandes firmes, pour faire face à l'augmentation de la demande croissante des marchés. Ainsi l'accroissement du rôle de ces firmes dans l'économie est souvent accompagné d'une réduction du nombre de nouvelles entreprises, puisque la majorité de personnes trouve un emploi stable dans les grandes firmes.

Cependant l'augmentation continue du revenu, aura un effet positif sur la dynamique entrepreneuriale, dans la mesure où les individus ont les capacités et les ressources leur permettant de monter leurs propres affaires, dans un environnement économique offrant des opportunités à exploiter. Dans les économies à revenu élevé, la prédominance du secteur des services, le niveau élevé de différenciation des consommateurs accélèrent le développement technologique ; ce qui confère aux nouveaux entrepreneurs un avantage concurrentiel. Bien entendu, le taux global de l'activité entrepreneuriale dépend également des caractéristiques démographiques, culturelles et institutionnelles de chaque pays.

²⁵ M. Dejardin, « Entrepreneuriat et croissance, une conjonction évidemment favorable? », Revue Reflets et perspectives de la vie économique, Tome 39, n° 4, 2000, p 04.

²⁶ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ou projet de suivi global de l'entrepreneuriat est un projet de recherche créé en 1999, qui mesure annuellement l'activité entrepreneuriale dans de nombreux pays. Ce projet se propose également d'étudier les liens complexes entre l'entrepreneuriat et la croissance économique.

II.2.2- Mesure de l'activité entrepreneuriale :

Les auteurs GEM soulignent la difficulté quant à la définition d'un indicateur, qui mesure l'activité entrepreneuriale. Cette difficulté provient d'une part de la définition même de l'entrepreneuriat et le moment à partir duquel, une nouvelle entreprise existe : pour certains, c'est lorsque la raison sociale est inscrite au registre du commerce; d'autres jugent qu'il est suffisant d'avoir un plan d'affaires et une offre de produits; pour d'autres encore, il faut une première transaction commerciale, comme par exemple une vente. D'autre part, faut-il tenir compte de l'intrapreneuriat, qui correspond au développement de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou le développement des activités existantes, à partir d'une entreprise qui est en activité.

En considérant la création d'une entreprise comme un long processus, dont l'aboutissement est incertain, et dans le souci d'une meilleure couverture du phénomène entrepreneurial, le groupe GEM recourt à un outil qui consiste à réaliser une enquête auprès de la population âgée de 18 à 64 ans d'un pays, visant à établir le nombre de personnes qui sont engagées dans le processus de création d'une entreprise, et dont l'action est incluse dans l'activité entrepreneuriale même si la création ne s'est pas encore concrétisée. Les auteurs définissent ainsi le TAE (Taux d'Activité Entrepreneuriale) qui englobe les entrepreneurs émergents et les nouveaux entrepreneurs.

- **Les entrepreneurs émergents** : Il s'agit des entreprises en gestation sur lesquelles travaillent les entrepreneurs. On y trouve dans cette composante les entrepreneurs qui, depuis un an ont entrepris des démarches pour créer une entreprise (rédaction d'un plan d'affaires, recherche de capitaux, ou encore des contacts avec des clients potentiels,...), et ceux ayant déjà créé, et qui n'ont pas payé de salaires pour plus de trois mois. Cette première composante permet de calculer le niveau de démarrage d'entreprises dans un pays.
- **Les nouveaux entrepreneurs** : Ces sont les entrepreneurs qui ont embauché des salariés pendant plus de trois mois mais moins de 42 mois au moment de l'enquête.

Il y a lieu de signaler, pour cette approche GEM ce qui suit :

- Parmi les entrepreneurs émergents, plusieurs ne possèdent pas encore une entreprise.
- Les nouveaux entrepreneurs possèdent en tout ou en partie une entreprise, puisque la copropriété est incluse.
- Le statut d'entrepreneur est subordonné au paiement de salaires, ce qui exclut les travailleurs autonomes.

- L'intrapreneuriat dans une entreprise qui a payé des salaires pendant plus de 42 mois se trouve exclue de l'activité entrepreneuriale.

TAE d' « opportunité » et TAE de « nécessité » :

Le TAE peut être décomposé, selon la motivation principale de la personne à entreprendre, en TAE d'opportunité et TAE de nécessité.

- TAE d'opportunité (entrepreneur de type pull) : Lorsque la personne déclare avoir fait un véritable choix de carrière, destiné à exploiter une occasion d'affaires ;
- TAE de nécessité (entrepreneurs de type push) : Lorsqu'au contraire la décision d'entreprendre est présentée comme un choix en dernier recours, faute d'alternatives satisfaisantes.

Relation statistique : Entrepreneuriat – Croissance économique :

On s'intéresse à présent à l'influence que pourrait avoir, dans un pays donné un fort taux d'entrepreneuriat sur la croissance de son économie, et non la relation inverse, qui a été citée dans le développement précédent (une période de forte croissance multiplie les occasions d'affaires propices aux initiatives individuelles).

La mise en évidence d'une relation directe et causale entre le taux d'activité entrepreneuriale et la croissance économique d'un pays n'est pas évidente. Du moins c'est ce qui ressort des conclusions du rapport d'une étude établie par GEM en 2006.

Le fait que la croissance économique d'un pays dépend de plusieurs facteurs, le rôle de la dynamique entrepreneuriale ne peut être parfois que très modeste. C'est, par exemple, le cas des pays à vocation exclusivement exportatrice, dont la prospérité dépend en fait beaucoup plus de la conjoncture internationale et de la santé du commerce mondial, que de variables qui lui sont propres.

Toutefois, le modèle mis en place par GEM représente une tentative intéressante, pour comprendre l'effet de l'activité entrepreneuriale sur la croissance économique. Sous certaines conditions relatives à l'environnement économique global (degré d'ouverture au commerce extérieur, état des marchés financiers, de la technologie et de la recherche & développement, ...), et aux capacités entrepreneuriales (compétences, motivations,...), et en prenant comme échantillon l'ensemble des pays couverts par l'étude GEM ; il devrait exister une liaison statistique entre le taux d'entrepreneuriat et la croissance économique. Le tableau ci-après fournit quelques résultats significatifs à cet égard.

Tableau n° 2: Corrélations entre croissance économique et activité entrepreneuriale²⁷ :

	Décalage entre année de croissance et année de TAE			
	0	1	2	3
TAE global	0,10	0,30**	0,26*	0,49*
TAE d' « opportunité »	0,12	0,39**	0,15	0,21
TAE de « nécessité »	0,06	0,45**	0,43**	0,62**

Source : Global Entrepreneurship Monitor, rapport de 2004

Le tableau n° 2, qui indique les coefficients de corrélation entre le taux de croissance économique mesuré en 2003 et les TAE des pays du GEM, mesurés en 2000 (décalage de trois ans), 2001 (décalage de deux ans), 2002 (décalage d'un an) et l'année courante 2003.

Il apparaît que la corrélation entre croissance économique et activité entrepreneuriale est positive mais faible pour l'année 2003. Le taux de corrélation augmente lorsque l'on considère un décalage de temps et ce taux devient alors statistiquement significatif. C'est avec un décalage de trois ans que les effets de l'activité entrepreneuriale sur la croissance économique se font pleinement sentir. On sait par ailleurs que l'existence de telles associations statistiquement significatives, ne prouve nullement des relations de cause à effet ; néanmoins la liaison existe, et mérite d'être signalée.

Il y a lieu de noter que les corrélations avec l'entrepreneuriat par opportunité et entrepreneuriat par nécessité sont également statistiquement significatives lorsque l'on considère un décalage d'une année. Par contre, la corrélation avec l'entrepreneuriat par opportunité baisse avec un décalage de deux ans. Inversement, la corrélation avec l'entrepreneuriat par nécessité augmente avec le temps.

Comme le suggèrent les auteurs du GEM, l'activité entrepreneuriale n'a peut être pas d'effets directs sur la croissance économique, mais accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entreprenants, la réalisation des divers processus de changement inhérents à cette croissance. Ce type de phénomène est sans doute plus marqué dans les pays en voie de développement, comme le suggère la nette supériorité des taux de corrélation avec les TAE de nécessité par rapport à ceux d'opportunité et qui s'accroît dans le temps.

²⁷ - Les données de la croissance économique dans chaque pays proviennent des statistiques tenues par le FMI qui publie un taux de croissance du PIB ajusté en termes d'inflation et de pouvoir d'achat.

- (*) Statistiquement significatif au seuil de 0,01 ; (**) au seuil de 0,001.

L'entrepreneuriat de nécessité est une caractéristique des pays en voie de développement, qui connaissent également des taux de croissance supérieurs aux pays industrialisés. Les pays économiquement moins développés ont, naturellement, plus d'entrepreneurs par nécessité et ceux-ci apportent une contribution importante à la croissance économique de ces pays.

II.3- Entrepreneuriat et création d'emplois :

La création d'entreprises apparaît comme une source potentielle d'emplois, et une résolution du problème de chômage. En effet selon Audretsch (2002), les petites entreprises nouvellement créées, et non les grandes entreprises, sont de plus en plus celles qui créent les nouveaux emplois. Les pays affichant les taux de croissance les plus élevés dans ce secteur ont pu enregistrer les plus fortes baisses subséquentes de leur taux de chômage.

III. Genre et entrepreneuriat :

Dans le champ académique portant sur l'entrepreneuriat, les études de genre sont presque inexistantes, comme le note Waston et Newby (2005), qui ont imputé cette défaillance au fait que la question a été abordée en fonction d'une unité de mesure directement observable à savoir le sexe. Ils soulignent à ce propos que « *Les chercheurs reconnaissent que le sexe n'est pas le genre sans pour autant prendre en compte ce qu'impliquerait méthodologiquement une telle assertion* »²⁸.

Par conséquent, les travaux réalisés se sont principalement limités à la seule variable sexuée dans le domaine du genre.

Dans ce qui suit nous allons tenter de clarifier le concept du genre qui est souvent confondu avec la notion du sexe, en présentant les fondements d'une analyse qui mobilise le genre, après avoir donné la signification exacte de ce terme. Nous soulignerons au passage, l'évolution de la perception du rôle de la femme dans le processus de développement, à travers la présentation de deux approches : « l'approche femmes et développement » et « l'approche genre ». Nous avons estimé également utile de présenter les conclusions de quelques études traitant du thème de l'entrepreneuriat et ayant pris en considération la notion du genre.

²⁸ R. Collot, « Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat », Réseau de recherche genre et entrepreneuriat, Académie de l'entrepreneuriat, février 2006, p 06.

III.1- Cadre conceptuel du genre :

Il est utile de souligner que la plupart des études sur l'entrepreneuriat féminin abordent l'aspect genre sous l'angle de l'identification des différences entre les femmes et les hommes entrepreneurs. Ce qui rend nécessaire la présentation des fondements d'une analyse qui mobilise le genre, après avoir donné la signification exacte de ce terme.

III.1.1- Du sexe biologique au genre :

Les différences et les disparités recensées entre les hommes et les femmes en matière d'éducation, d'accès à l'emploi, aux ressources ou plutôt aux carrières entrepreneuriales ont été expliquées par des approches antagonistes.

En effet, Certains travaux reposent sur l'idée selon laquelle les différences entre les femmes et les hommes seraient en quelque sorte « naturelles ». C'est la thèse du déterminisme biologique appelée « sociobiologie » par Wilson dès 1975. Le principe de base du champ d'étude repose sur l'idée selon laquelle : Tout comportement social a une base biologique. Dès lors, la plupart des comportements observés dans la société auraient une base génétique. Selon cette perspective, les différences entre les hommes et les femmes sont inévitables et irréversibles.

A l'opposé de cette approche « biologique», d'autres chercheurs affirment que les rapports de sexe se construisent. Il a été montré, par exemple, qu'une habileté ou un comportement ayant une base biologique est loin d'être immuable puisque le contexte de vie d'une personne peut accentuer ce comportement, le réduire ou même le faire disparaître. Dans cette perspective, Castoriadis (1975) avance l'idée que les différences entre les sexes ne sont pas la conséquence d'une nature qui se développerait spontanément en chacun, mais sont davantage le produit d'une construction sociale. Eagly (1987) soutient que l'origine des différences de genre réside principalement dans les rôles sociaux ainsi que dans les préjugés et stéréotypes sociaux. De plus, il semble bien que les rôles sociaux et traits psychologiques selon le genre diffèrent suivant les sociétés et les époques.

III.1.2- La notion du genre:

Il ya lieu de souligner que le terme « genre » est un concept qui est apparu en 1976 dans l'ouvrage d'Ann Oakley intitulé « *Sex, Gender and Society* »²⁹, qui désigne le sexe social et le différenciant ainsi du sexe biologique. En effet, si ce dernier marque les

²⁹ A. K. Mane, « Les modes de gestion des hommes et des femmes entrepreneurs dans les PME à Dakar », Institut Fondamental d'Afrique Noire, université de Dakar, mémoire de maitrise, 2008, p 35 - 36

différences biologiques et physiques entre les hommes et les femmes, « *la notion de genre renvoie aux constructions sociales et culturelles du féminin et du masculin, des rôles respectifs de l'un et de l'autre sexe, des compétences attribuées aux hommes et aux femmes qui se construisent autour des différences biologiques de l'un et l'autre sexe. Le genre est déterminé donc par les tâches, les fonctions, et les rôles assignés aux femmes et aux hommes dans la vie publique et privée. Ces rôles, généralement différenciés et caractérisés par des inégalités entre les genres, n'ont rien de « naturels » : construits socialement et culturellement, ils varient et évoluent selon les époques et selon les régions du monde* »³⁰.

On comprend donc que les différences sexuelles sont universelles et intemporelles. Elles ne changent ni dans l'espace (différents pays), ni dans le temps (différentes époques), alors que le genre mobilise des caractéristiques qui sont contextuelles (qui changent selon les pays, les cultures,...) et temporelles (elles varient selon les époques). Par exemple, considérer qu'il est naturel que les femmes réduisent leur activité professionnelle pour assurer les tâches domestiques et familiales est une construction sociale qui résulte d'une vision des rôles sociaux.

Ainsi, selon Bussey et Bandura (1999), le genre d'une personne se construit à partir de l'interaction entre les actions de l'individu et celles de son environnement. Mais le genre est aussi sous-tendu par des structures cognitives, des connaissances sur soi liées aux stéréotypes de genre, qui guident l'action et orientent le comportement (Martin, Ruble et Szkrybalo, 2002).

III.1.3- Les fondements du genre :

Dans le but de comprendre l'idée d'une analyse qui intègre le genre, quatre notions importantes doivent être clarifiées au préalable (Kergoat 2000, Gadrey 2001), à savoir :

- Les stéréotypes féminins et masculins,
- Les rôles sexués (principe de séparation),
- L'inégalité entre les femmes et les hommes,
- La hiérarchisation du féminin et du masculin.

³⁰ Y. Nicolas (sous sa direction), « Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiatives et engagements français en matière de genre et développement », Rapport de la Direction générale de la coopération internationale et du développement, décembre 2006, p 27

a- Les stéréotypes féminins et masculins :

B. Ducheneaut et M. Orhan (2000) stipulent qu' « *Il semblerait que ce ne soit pas l'appartenance à un sexe, en elle-même, qui détermine des types de comportements, mais plutôt les valeurs morales, le contexte socioculturel et l'expérience de chacun qui joue un rôle déterminant* »³¹. L'attitude des hommes et des femmes semble donc être conditionnée par la perception de la société, qui fonctionne sur la base de stéréotypes. Ashmore et Del Boca, (1981) les considèrent comme un ensemble de croyances concernant les attributs de tel ou tel groupe social.

« *Les stéréotypes sont des images qui s'intercalent entre la réalité et notre image de la réalité. Au travers des stéréotypes, des représentations sont progressivement perçues comme « naturelles », avec des influences sur la façon dont on s'attend à ce qu'une personne se comporte et une anticipation sur ses compétences et incompétences* »³².

Dans une analyse en termes de genre, il est donc intéressant d'identifier les stéréotypes qui guident les comportements des femmes et des hommes, pour pouvoir dégager les attitudes perçues comme normales ou naturelles, de chacun des sexes.

b- Les rôles sexués :

Une analyse qui mobilise le genre repose également sur l'identification et l'analyse des rôles attribués, et des fonctions allouées à chacun des deux sexes, qui génèrent des effets de séparation et de ségrégation. C'est ainsi que la sphère privée a longtemps été perçue comme le domaine d'actions des femmes, et que la sphère publique est réservée aux hommes. Cette séparation est le résultat des stéréotypes de l'un et de l'autre sexe, de ses compétences et des ses rôles. C'est ainsi que des secteurs sont perçus comme naturellement féminins (esthétique, décoration,...) ou masculins (secteur du bâtiment, secteurs liés à la technologie de pointe,...).

c- Les inégalités entre les femmes et les hommes :

Ces inégalités comprennent toutes les formes de discrimination entre les deux sexes en termes d'accès aux ressources (financières par exemple), d'accès au pouvoir (politique et économique), et de représentation dans les différents lieux de décision et organismes. Ces situations d'inégalités s'appuient sur des stéréotypes sexués et les renforcent. Ainsi l'image que les femmes sont incapables d'assumer les risques liés à la gestion d'une entreprise est retenue pour justifier les décisions de refus de crédits bancaires, et à l'inverse la faible

³¹ B. Ducheneaut & M. Orhan (2000), cité par E. Cornillon, (2004), « L'entrepreneuriat féminin en France état des lieux et perspectives », mémoire de maîtrise, université Robert Schuman, Strasbourg, p 63

³² A. Cornet & Ch. Constandinidis, « Entreprendre au féminin : Une réalité multiple et des attentes différenciées », Revue Française de Gestion N° 151, Juillet-Aout 2004, p 07

proportion des femmes qui sollicitent le financement bancaire renforce le stéréotype selon lequel ces dernières sont incapables de gérer une entreprise.

d- La hiérarchisation du féminin et du masculin :

Cette hiérarchisation se construit autour d'une dévalorisation des caractéristiques dites féminines et d'une survalorisation des caractéristiques perçues comme masculines. C'est ainsi que les activités liées à la sphère professionnelle se trouvent survalorisées, alors que celles liées à la sphère domestique et familiale sont dévalorisées.

III.2/ De l'approche « femmes et développement » à « l'approche genre »

C'est en 1995, lors de la Conférence mondiale de Pékin³³ que la manière de prendre en compte les intérêts des femmes dans l'aide au développement, s'est nettement évoluée, en intégrant la notion de genre. En effet, de l'approche dite "femmes et développement", ciblant les femmes de manière isolée dans des projets ou des volets spécifiques, succède l'approche "genre et développement", qui s'efforce de prendre en compte en même temps les femmes et les hommes dans chaque contexte social. Cette dernière se veut surtout comme une approche visant à renforcer les capacités et l'autonomie des femmes, afin d'agir sur des situations initiales marquées par des inégalités entre les femmes et les hommes.

III.2.1- L'approche « femmes et développement »

Initiée pendant la « Décennie des femmes » (1975 à 1985), l'approche « femmes et développement » a tenté de réduire les discriminations envers les femmes et de répondre à leurs besoins spécifiques dans tous les secteurs, en mettant en place des projets et des programmes propres aux femmes. Cependant, la perception du rôle de la femme demeure liée à la reproduction.

Si des actions spécifiques permettent souvent à des femmes d'accéder à des ressources utiles (formation, organisation, crédit...), ces actions montrent leurs limites lorsqu'elles ne prennent pas en compte, dans chaque situation, les relations culturellement construites et les inégalités initiales existantes entre les femmes et les hommes : Accès inégal à la terre, aux ressources du travail, à l'activité agricole, au contrôle du revenu, à la représentation politique, au pouvoir.

³³ La quatrième conférence mondiale sur les femmes, tenue en Septembre 1995, à Pékin qui avait fixé aux Etats douze objectifs, pour améliorer le statut social, économique et politique des femmes dans le monde, à l'image de la lutte contre la pauvreté croissante des femmes, contre la violence à l'égard de ces dernières, et contre l'image stéréotypée de la femme, ainsi que l'encouragement de partage du pouvoir et des prises de décisions,...

La prise en compte de toutes ces interactions, et particulièrement qui concernent l'évolution des rôles sociaux féminins et masculins dans un contexte de mondialisation économique rapide, constitue donc un élément essentiel.

Sans pour autant renoncer à des actions ciblant spécifiquement des femmes en vue du renforcement de leurs capacités et de leurs droits, il s'est donc avéré nécessaire de replacer toutes les interventions en faveur du développement dans le contexte des relations sociales entre les hommes et les femmes, et de définir des stratégies qui prennent en compte les différences entre leurs situations respectives. Cette nouvelle approche, qui correspond au concept sociologique de "genre", a pour objectif la prise en compte de la notion d'égalité dans la conception et l'analyse de la question du développement.

III.2.2- L'approche « genre et développement »

L'approche "genre et développement", apparue durant les années 1990, consiste fondamentalement à prendre en considération le caractère global des rapports sociaux entre hommes et femmes, et pas uniquement à résoudre les problèmes spécifiques aux femmes. Elle tient compte de la répartition des rôles et des activités des hommes et des femmes, qui dépend étroitement des sociétés et du temps où elle s'inscrit. Dès lors, les femmes sont reconnues, avec les hommes, comme actrices et partenaires des processus de développement, et plus seulement comme bénéficiaires de projets.

La question de la prise en compte du genre et de l'intégration de la femme au processus de développement retient l'attention de certaines organisations internationales de développement. Ainsi, le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) a adopté en 1995, deux indicateurs synthétiques des disparités entre les deux sexes. Ce sont l'Indice Sexospécifique du Développement Humain (ISDH), et l'Indice de la Participation des Femmes (IPF).

L'ISDH prend en charge la question des inégalités entre hommes et femmes en matière de développement, il est déterminé en retenant les mêmes variables³⁴ utilisées dans le calcul de l'Indicateur du Développement Humain (IDH).

L'IPF reflète les inégalités quant aux opportunités économiques et politiques, il est composé de variables qui mesurent le degré de contrôle des hommes et des femmes dans les domaines politique et économique, comme la part des femmes dans le PIB/habitant, la participation des

³⁴ IDH est la moyenne de trois indicateurs : la durée de vie, le niveau d'éducation et le PIB réel / habitant.

femmes à la vie politique et à la prise de décisions (% des femmes parlementaires), et la part des femmes qui exercent des fonctions de direction, d'encadrement supérieur,...

III.3/ Le genre en l'entrepreneuriat :

Sur la pertinence de la variable genre dans les études portant sur l'entrepreneuriat, De Bruin (2007) a conclu que « *Si le champ de recherche de l'entrepreneuriat se situe dans la phase adolescente, celui des études sur les femmes entrepreneures correspond à la période de l'enfance. Ainsi, ces domaines nous offrent de belles perspectives de recherches* »³⁵. Ces propos illustrent donc la légitimité d'une telle problématique et la pertinence de toutes réflexions qui visent à démontrer un quelconque lien ou association entre entrepreneuriat et genre.

Parmi les travaux qui ont utilisé l'approche genre, figure l'étude de Cornet et Constandinidis (2003)³⁶, qui vise à identifier les caractéristiques des femmes entrepreneures, les traits liés au type d'activité économique qu'elles choisissent et les stratégies mises en œuvre pour réussir leur projet. En fait, ces auteurs ont tenté de montrer que le projet entrepreneurial des femmes a certes des similarités avec celui des hommes, mais qu'il implique des rapports sociaux de genre sur les choix et les stratégies d'entreprises. Ils révèlent que la vie des femmes entrepreneures, la façon dont elles se positionnent dans le monde économique, la manière dont elles gèrent leurs entreprises reste influencée par leurs réalités de «fille», de «conjointe» et de «mère». La répartition des tâches familiales et parentales continue à structurer et à influencer une partie de leurs choix.

Aussi, le modèle proposé par Bowen et Hisrich (1986)³⁷, articule carrière entrepreneuriale et genre. Il permet d'identifier neuf catégories majeures pour la compréhension du passage à l'entrepreneuriat : l'environnement éducatif, la personnalité de l'individu, le contexte familial de l'enfance, l'histoire professionnelle, l'histoire du développement personnel, l'histoire du milieu familial et extraprofessionnel, la situation actuelle au travail, les perspectives individuelles et le contexte familial et extra-professionnel. Selon ces auteurs, le fait que le positionnement individuel dans ces diverses catégories est influencé par le genre, il est compréhensible que cette variable ait un impact sur la propension à développer une carrière entrepreneuriale.

³⁵ De Bruin (2007), Cité par T. Lebegué & R. Paturel, « De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes : Les transformations sur l'image de soi et les conséquences sur le temps du projet », IAE, Brest, 2008, p 06.

³⁶ A. Cornet et C. Constandinidis (2003), Op. Cit

³⁷ J.L Guyot & O. Lohest (2008), « Barrières à l'entrepreneuriat et primo-crédation d'entreprise : Le genre est-il une variable discriminante ? », communication présentée lors du 9^{ème} CIFEPME, du 29 au 31 octobre 2008, p 7

D. Lavoie (1979), dans une étude qui vise à établir les discriminations envers les femmes entrepreneures, a constaté que ces dernières souffrent d'un bon nombre de préjugés semblables à ceux des femmes sur le marché du travail. Elles sont perçues comme incapables de faire face à la concurrence, et de subir les pressions économiques et sociales surtout dans les secteurs non traditionnellement féminins. Plusieurs chercheurs³⁸ ont montré que la difficulté d'accès au crédit par la discrimination était le principal problème auquel les femmes entrepreneures doivent faire face, à l'étape de lancement, ce qui implique que l'appartenance sexuelle du porteur du projet n'est pas tout à fait négligée par les banquiers. Toutefois, cette conclusion n'a pas été soutenue par Lee-Gosselin et Grisé (1990) qui notent que si certains banquiers, fournisseurs et clients peuvent manifester un manque de confiance vis-à-vis des affaires dirigées par des femmes, il leur en faut peu pour que la confiance soit instaurée.

Guyot et Lohest, dans leur enquête³⁹ réalisée auprès de 538 créateurs d'entreprises en Wallonie, ont montré l'effet spécifique de la variable sexuée en tant que frein à la création, mais aussi la spécificité des freins selon le sexe.

Aussi, en se fiant à la seule variable sexuée, certains auteurs à l'image de Hamilton (1998) et Westhead (2003) ont tenté de dégager un certain nombre de motivations spécifiques, qui incitent les femmes à devenir entrepreneures, on recense le besoin d'assurer l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, la nécessité d'échapper aux limites qu'imposent les grandes organisations,...

Plus récente, l'étude de (Gupta et Bhawe, 2007) a abouti à la conclusion selon laquelle, la menace des stéréotypes de genre diminue de façon significative l'intention entrepreneuriale des femmes les plus proactives⁴⁰. Cette conclusion démontre la puissance des stéréotypes négatifs sur les femmes. En effet, malgré leurs qualités personnelles fortes, ces femmes sont sensibles au regard et aux perceptions de l'extérieur. Voici ce que Croizet et Leyens (2003) avait avancé pour montrer la puissance des stéréotypes sur les comportements personnels dans une société : « *Ces stéréotypes sont si largement répandus dans nos sociétés que bien souvent, ils ne sont plus identifiés comme des croyances mais comme des faits établis* »⁴¹.

³⁸ Les travaux de Schwartz (1976), O'Bannon (1977), Charbonneau, Hisrich et O'Brien, Murphy et McClung (1981), Pellegrino et Reece (1982), Welsh et Young (1983), Hisrich et Brush, Stevenson (1984), OCDE (1997)

³⁹ J.L. Guyot & O. Lohest (2008), Op. Cit

⁴⁰ Selon les auteurs, les personnes les plus proactives font preuve d'initiative, savent identifier les opportunités, agir sur elles, et persévérer jusqu'à atteindre leur objectif. Elles solutionnent les problèmes, anticipent les changements dans leur environnement et tirent profit des possibilités qu'elles rencontrent pour faire progresser leur entreprise.

⁴¹ J.C. Croizet et J.P. Leyens (2003), Cité par T. Lebegué & R. Paturel (2008), Op. Cit, p 06 et 07.

Conclusion :

La revue de littérature présentée dans cette première partie nous a permis de mettre l'accent sur la multidisciplinarité du champ de l'entrepreneuriat, auquel psychologues, sociologues, économistes et gestionnaires se sont intéressés. C'est ainsi que le point nodal s'est déplacé de l'impact et du rôle de l'entrepreneur dans le système économique vers les processus en passant par les individus. Ce constat fait dire à Gasse (2003) que « *L'émergence d'une économie entrepreneuriale est autant un événement culturel et psychologique qu'un événement économique ou technologique* »⁴².

Dans le deuxième point qui a été soulevé, à savoir l'importance de l'entrepreneuriat, nous avons pu établir que même si ce dernier n'exerce pas d'effet direct sur la croissance économique, il joue le rôle d'accélérateur dans la réalisation des divers processus de changement inhérents à cette croissance.

L'entrepreneuriat peut également contribuer à promouvoir la cohésion économique et sociale des pays et régions en retard de développement, en stimulant l'activité économique et la création d'emplois ou à intégrer les chômeurs et les personnes défavorisées dans le monde du travail.

Ce premier chapitre nous a permis également de se rendre compte que la notion du genre est quasiment absente dans le champ académique de l'entrepreneuriat, dans la mesure où les auteurs se sont contentés de la seule dimension sexuée du genre. Rappelons ce que Waston et Newby (2005) soulignaient à ce sujet « *Les chercheurs reconnaissent que le sexe n'est pas le genre, sans pour autant prendre en compte ce qu'impliquerait méthodologiquement une telle assertion* ».

⁴² B. Diakité, « Facteurs socioculturels et création d'entreprise en Guinée », thèse présentée à la faculté des études supérieures de l'université LAVAL Québec, pour l'obtention de Ph.D, Février 2004, p 84.

CHAPITRE II : REVUE DE LITTÉRATURE SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ

Introduction :

Depuis quelques décennies, l'entrepreneuriat féminin est devenu une réalité incontournable, son évolution à travers le monde se confirme de plus en plus et ses spécificités ne cessent de susciter l'intérêt de la communauté scientifique (Anderson 2003). Dans ces conditions et devant un tel élan, il y a lieu de se demander si les connaissances que nous avons de l'entrepreneuriat et qui font souvent référence à un cadre d'analyse que Duchénaud et Orhan (2006) qualifient de masculin, sont valables dans une analyse qui porte sur les femmes entrepreneures.

Certains auteurs tels que Brush (1992) et Ahl (2006), suggèrent de reprendre les questions de recherche sur l'entrepreneuriat dans un cadre d'analyse féminin, en tenant compte de la condition féminine et en intégrant la dimension « genre », qui évolue dans le temps et diffère d'un espace géographique à un autre.

Les premières recherches sur l'entrepreneuriat féminin datent de la fin des années 70, et ce malgré le fait que les femmes aient dirigé des entreprises tout au long de l'histoire de l'humanité. Comme le souligne Anderson et Zinsser (1988), la plupart des recherches en gestion des organisations ont focalisé sur les hommes. Se pose alors la question de savoir si les connaissances que nous avons de l'entrepreneuriat masculin peuvent être valables pour les femmes entrepreneures (Stevenson 1986). À ce sujet, deux grandes orientations sont à distinguer : Le féminisme libéral et le féminisme social (Jaggar 1983 et Black 1989)¹.

La théorie du féminisme libéral suggère que les femmes entrepreneures sont désavantagées par rapport aux hommes, qu'elles sont victimes de différents types de discrimination, et rencontrent plus de problèmes que les hommes, et structurent de ce fait, leurs entreprises de façon différente. Les recherches portant sur la discrimination des femmes entrepreneures et les obstacles spécifiques auxquels elles doivent faire face appartiennent à cette théorie. La théorie du féminisme social quant à elle suggère que, les différences dans la façon d'entreprendre sont liées aux différences qui existent entre la socialisation progressive des un et des autres. Les recherches basées sur cette théorie se focalisent sur la comparaison de valeurs et les comportements différents des femmes et des hommes entrepreneurs.

¹ Z. Arasti, « L'entrepreneuriat féminin en Iran : Les structures socioculturelles », Revue libanaise de gestion et d'économie, 2008, p10

Les premières études en entrepreneuriat féminin avaient pour objet de rétablir la réalité des femmes entrepreneures, leur présence dans l'économie et leur ressemblance avec leurs homologues masculins. L'étude de l'entrepreneuriat féminin a pris naissance aux États-Unis, et en Angleterre pour s'élargir progressivement à d'autres pays à l'image du Canada et la Suède. Ces pays sont d'ailleurs les zones géographiques les plus fréquemment étudiées. Pour ce qui est des pays en voie de développement, il faut souligner que les femmes entrepreneures contribuent de façon très significative à l'économie, mais ceci est peu documenté. C'est ce que Mouren (1989) affirme dans sa revue de littérature sur l'entrepreneurship féminin dans le monde. Elle a constaté qu'en Asie et en Afrique, des femmes commerçantes ont été propriétaires et opératrices de petites affaires de détail depuis longtemps. Lors de la conférence de l'OCDE² (1997), il s'est avéré aussi que les femmes sont très impliquées dans l'économie et surtout dans les activités de production agricole. Elles sont estimées être à l'origine de 80 % de la production alimentaire en Afrique, de 60 % en Asie et de 40 % en Amérique Latine.

Il y a lieu de noter également la regionalité des études portant sur l'entrepreneuriat féminin, puisque peu de chercheurs se sont consacrés à des études au-delà des frontières de leur pays. Par conséquent, peu de pays non occidentaux ont été explorés.

I. Aperçu sur la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin :

Les recherches sur l'entrepreneuriat féminin datent des années 1970. En effet, c'est en 1976, que la revue scientifique américaine « *Journal of Contemporary Business* », a choisi l'article pionnier d'Eleanor Schwartz, intitulé « *Entrepreneurship: A New Female Frontier* » pour publication. Un article qualifié de révolutionnaire, dans la mesure où il était le premier à évoquer les femmes entrepreneures, dans un contexte américain, marqué par le nombre limité d'entreprises appartenant aux femmes, qui était de l'ordre de 700.000, ce qui ne représentait qu'une part avoisinant 4,6% du total des entreprises (*U.S Bureau of Census, 1977*).³

Le développement de l'entrepreneuriat féminin tend à se confirmer de plus en plus. En effet, les rapports annuels sur l'entrepreneuriat établis par Global Entrepreneurship Monitor (GEM), et les différentes études confirment cette tendance.

Si l'on se fie aux statistiques publiées par le « *Center for Women's Business Research* » (2005), aux États-Unis, jusqu'en 2005, 10,6 millions d'entreprises créées ont été l'œuvre des

² Conférence sur les femmes entrepreneures et les PME qui a eu lieu à Paris du 16 au 18 avril 1997.

³ P.G. Greene, E.J. Gatewood, C. Brush, N.M. Carter (2003), « Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory », p 01 (disponible sur le lien : www.usasbc.org/knowledge/whitepapers/greene.2003.pdf)

femmes, (ce qui représente 47,7 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis), avec un chiffre d'affaires de 2,5 trillions de dollars, ce nombre était de 9,1 millions d'entreprises, employant 27,5 millions d'ouvriers en 1999, selon la même source.

Au Canada, le taux de croissance du nombre de femmes entrepreneures a été nettement plus important que celui des hommes. En effet, selon Carrington (2006)⁴ et pour la période allant de 1981 et 2001, le nombre de femmes entrepreneures a enregistré une croissance de 208%, contre seulement 38% chez les hommes.

L'émergence de l'entrepreneuriat féminin n'est pas propre aux Etats-Unis et au Canada. Les femmes sont actives dans la plupart des pays, non seulement dans les pays développés mais aussi dans les pays en voie de développement. Le rapport GEM (2003) fait état d'un taux moyen d'activité entrepreneuriale féminine de 36% (enquête réalisé sur 32 Pays), qui a atteint 45% en 2004 (sur 34 pays)⁵.

Dans d'autres pays, tels que le Portugal, le Japon, la France,... nous sommes également témoin de l'accroissement du nombre de femmes entrepreneures. Au Portugal, et selon les statistiques de l'OCDE (1996), le nombre de celles-ci a connu une croissance de 53 % en 1995. En France, Orhan (2001) a noté que 28 % de l'ensemble des entreprises créées ont été fondées et sont gérées par des femmes, ce taux a atteint 32 % en 2004, alors qu'au Cameroun, la contribution des femmes à l'entrepreneuriat s'élève à 53 %, selon Zouiten (2004).

La croissance de l'entrepreneuriat féminin a pris donc beaucoup d'ampleur depuis quelques décennies. Ainsi, comme l'indique Anderson (2003), les femmes constituent un tiers des entrepreneurs à l'échelle mondiale contre 5 % dans les années 1970.

Parallèlement à cette implication de plus en plus croissante des femmes dans l'activité entrepreneuriale, le processus de création d'entreprises par les femmes reste relativement peu étudié (Richer, St Cyr & Beaudoin, 2007). Plusieurs auteurs ont souligné l'insuffisance des recherches académiques, consacrées à l'entrepreneuriat féminin. À propos de ce constat, De Bruin, Brush et Welter (2006) sont arrivés à la conclusion suivante : *«Bien que le développement de l'entrepreneuriat féminin soit une réalité internationale et que les femmes propriétaires dirigeantes représentent plus de 30% des dirigeants d'entreprise au Canada, au*

⁴ C. Borges, L.J Filion et G. Simard (2005), « Création d'entreprises-Femmes entrepreneures Rapport de recherche 2005 », Cahier de recherche 2005-16, Chaire d'entrepreneuriat, HEC Montréal, p 02

⁵ Les pays ayant participé au projet (2004) : Hongrie, Japon, Belgique, Suède, Slovénie, Pays-Bas, Danemark, Italie, Finlande, Afrique du sud, Autriche, France, Allemagne, Espagne, Mexique, Suisse, G.B, Grèce, Croatie, Singapour, Norvège, Canada, Argentine, Irlande, Islande, Australie, Chili, Brésil, USA, Chine, Jamaïque, Lettonie, Thaïlande, Venezuela.

Danemark, en Finlande, en Nouvelle Zélande (Brush, Gatewood, Greene, & Art, 2006), les femmes entrepreneures demeurent réellement sous-étudiées »⁶.

Collins et Moore nous donnent un exemple frappant de cette réalité : « *Quoi que nous puissions personnellement penser de l'entrepreneur, il apparaît comme essentiellement plus masculin que féminin, plus héroïque que lâche* »⁷.

Dans le même ordre d'idées, Lee-Gosselin et Belcourt (1991) annonçaient ce qui suit : « *En effet, avant les années 80, entrepreneurship était synonyme d'entrepreneurship masculin. Les recherches sur ce sujet portaient essentiellement sur les hommes entrepreneurs : leurs caractéristiques, motivations et résultats, leurs entreprises et leurs défis. Les chercheurs généralisaient sans même se demander si les résultats étaient appropriés aux femmes entrepreneures. Celles-ci étaient autant ignorées dans les recherches que dans l'imagination populaire* »⁸.

Aussi, Bruyat (1993) a pu recenser plus de 8000 ouvrages concernant l'entrepreneuriat tandis que Carter, Anderson et Shaw ont fait référence à environ 400 articles scientifiques, dans leur analyse de la littérature sur l'entrepreneuriat féminin, réalisée en 2001, soit un rapport de 5%, sans tenir compte des écrits sur l'entrepreneuriat qui ont été rédigés entre 1993 et 2001.

Deux pistes d'explication sont avancées, pour justifier la rareté des travaux au sujet de l'entrepreneuriat féminin. La première est liée à l'évolution historique même de la littérature et de la recherche sur l'entrepreneur, où ce dernier est considéré implicitement comme un individu « générique », sans genre spécifique. Or des chercheurs tels que Duchénaud et Ohran (2000), Ahl (2006) constatent que beaucoup de travaux de recherche sur l'entrepreneuriat ont été menés par des hommes, à partir d'exemples d'entrepreneurs hommes et d'échantillons d'hommes; ils conditionnent ainsi un cadre d'analyse, que les chercheurs qualifient de « masculin ».

C'est ainsi que Brush (1992), Ahl (2006) suggèrent de reprendre les questions de recherche sur l'entrepreneuriat féminin dans un cadre d'analyse « féminin » : « *... new research directions that do not reproduce women's subordination but capture more and richer aspects of women's entrepreneurship ...* »⁹

La seconde explication à la relative rareté des études sur l'entrepreneuriat féminin est liée à la perception sociale de la place de la femme et à la difficulté des femmes entrepreneures à

⁶ V. Balléreau, « Premier essai de questionnement de l'entrepreneuriat au féminin par le prisme de l'analyse proxémique des TPE/PME », ERFI Montpellier, 2008, p 02.

⁷ Collins et Moore (1964), cité par E. Cornillon (2005), Op, p16

⁸ Lee-Gosselin et Belcourt (1991) cités par S. A. Kounta, « Caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali », thèse de doctorat, université du Québec à Chicoutimi (UQAC), Juillet 1997, p 06

⁹ V. Balléreau (2008), Op. Cit, p 02

concilier vie professionnelle et tâches domestiques, comme l'avait noté De Bruin, Brush et Welter (2007). Ce qui signifie plus ou moins implicitement que leur place naturelle et leur responsabilité sociale assignée, est la famille. De ce fait, les femmes sont perçues comme moins capables d'être entrepreneurs, car en charge des responsabilités familiales, ce qui les rend moins visibles, et par conséquent moins étudiées.

II. Revue de la littérature sur l'entrepreneuriat féminin :

Il est essentiel, avant de présenter une synthèse de la littérature traitant de l'entrepreneuriat féminin, de préciser quelques arguments retenus, pour considérer ce thème comme un champ de recherche propre et qu'il importe d'étudier à part.

Gertrude Stein écrivait « *An entrepreneur is an entrepreneur is an entrepreneur* »¹⁰, ce qui implique que la taille, l'appartenance sociale ou plutôt le **sexe** de l'entrepreneur ne devraient pas importer. Or la recherche montre que même si les femmes entrepreneures partagent beaucoup de similitudes avec leurs homologues masculins, elles présentent des spécificités qui leurs sont propres, notamment en matière de motivations et d'objectifs, d'organisation et d'accès au financement.

Ces différences constituent des raisons impératives d'étudier l'entrepreneuriat féminin, en analysant spécifiquement les créatrices, leurs entreprises, et leurs comportements entrepreneuriaux comme sous-ensemble unique de l'entrepreneuriat.

Aussi faut-il rappeler le rôle du genre dans la considération de l'entrepreneuriat féminin comme thème de recherche. En effet, en tenant compte de la difficulté des femmes entrepreneures à concilier vie professionnelle et tâches domestiques, -ce qui implique que leur rôle naturel et leur responsabilité sociale assignée est la famille-, il ne viendrait pas à l'idée d'aborder ce thème dans une étude sur les entrepreneurs en général (implicitement masculin).

Globalement, les chercheurs ont adopté deux approches dans les études portant sur l'entrepreneuriat féminin. Alors que certains ont opté pour une approche comparative, d'autres se sont focalisés sur un ou plusieurs aspects des femmes entrepreneures. Les premiers se sont intéressés à dégager les différences et similitudes entre femmes entrepreneures et hommes entrepreneurs, femmes employées ou femmes tout simplement. Les derniers se sont plutôt intéressés à cerner un aspect de la vie entrepreneuriale de la femme (type de management, profil, trajectoires,...).

¹⁰ P.G. Greene, E.J. Gatewood, C. Brush, N.M. Carter (2004), Op. Cit, P 01.

La littérature traitant de l'entrepreneuriat féminin s'articule principalement autour de trois niveaux d'analyse :

- Le niveau individuel (l'entrepreneure) : Le premier niveau qui s'inscrit dans une optique psychologique cherche à identifier les traits de personnalité qui caractérisent les femmes entrepreneures, souvent en comparaison avec leurs homologues masculins, ou plutôt avec les femmes en général. C'est ainsi qu'ont été étudiées les caractéristiques personnelles (âge, niveau d'éducation, situation familiale,...), les motivations qui sont à l'origine de la décision d'entreprendre, avec néanmoins des tentatives de dégager un profil type de la femme entrepreneure.
- Le niveau organisationnel et opérationnel (l'entreprise) : A ce niveau, une multitude de thèmes sont abordés : Les pratiques de gestion, les caractéristiques de l'entreprise (secteur d'activité, taille, forme juridique,...).
- Le niveau relationnel : Qu'il s'agisse de la nature des relations de la femme entrepreneure avec son environnement, ou des principales difficultés auxquelles, elle doit faire face. Les recherches ont tenté de savoir si la féminité peut constituer un avantage ou un inconvénient.

II.1- Le niveau individuel :

Dans l'acte de création d'une entreprise, il y a toujours au départ un facteur déterminant, à savoir la personnalité de l'individu, qui est en rapport avec le vécu familial et professionnel. C'est ainsi que Mouren (1989) a indiqué que les antécédents biographiques ont une influence sur la décision de devenir entrepreneur.

La personnalité du créateur se forge à travers plusieurs éléments : Son éducation dans un milieu, ses origines sociales, sa formation, son itinéraire professionnel, ses motivations et besoins d'autonomie, d'argent et de prestige, etc. C'est à travers ces principaux thèmes que les études portant sur l'entrepreneuriat féminin ont identifié les caractéristiques des femmes entrepreneures, souvent dans une approche comparative avec leurs homologues masculins, visant à établir les principales différences et similitudes.

II.1.1- L'âge :

L'importance de cette variable réside dans son influence sur le parcours entrepreneurial des femmes. Dans son modèle, Liles (1974)¹¹ qui a testé l'effet de deux variables sur la décision d'entreprendre par les femmes, à savoir l'âge et les obligations familiales, a conclu que la maturité d'entreprendre est atteinte vers l'âge de 25 à 45 ans. Il décrit cette situation comme étant « *la période du libre choix* » où l'on a confiance en soi et où l'on dispose d'une base financière suffisante tandis que les contraintes familiales sont moindres.

La majorité des études révèlent que les femmes entrepreneures sont en général plus jeunes que leurs homologues masculins (Ratté 1999, et al).

Le rapport GEM établi en 2005 sur les femmes entrepreneures, indique que ces dernières présentent globalement la même distribution d'âge que leurs homologues masculins. En classant les pays ayant participé à l'enquête en deux groupes : les pays à revenu moyen et les pays à revenu élevé, les auteurs notent que l'âge moyen des femmes qui s'impliquent dans la création de nouvelles entreprises dans le premier groupe (25 - 34 ans) est sensiblement inférieur par rapport au second (25 - 44 ans). Ceci pourrait être lié aux taux plus élevés d'entrepreneuriat de nécessité, dans les pays à revenu moyen, où la création d'entreprise pourrait être la seule alternative.

Les résultats des différentes études empiriques menées à travers différents pays, portant sur l'âge des femmes entrepreneures, semblent confirmer cette classification à laquelle, ont abouti les auteurs de GEM. Ainsi, nous pouvons distinguer deux catégories de pays, selon que les femmes se lancent tôt ou tard dans l'activité entrepreneuriale.

- Une première catégorie, où les femmes entrepreneures sont relativement jeunes. C'est le cas notamment des Etats-Unis et du Canada, où l'âge moyen de ces dernières se situe entre 25 et 35 ans (Légaré et St Cyr, 1999).

- Une seconde catégorie, où les femmes se lancent dans la création d'entreprises à un âge plus avancé. Ce qu'est le cas en Europe, avec une moyenne d'âge élevée, dépassant dans certains pays la moyenne masculine. La France et la Belgique constituent deux exemples de cette tendance, où l'âge des femmes entrepreneures se situe en grande partie, dans la tranche d'âge 40-50 ans (APCE 2001 ; Danmanville et Hurel 2001 ; Cornet et Constantinidis 2003), souvent dans un processus de rentrée sur le marché du travail suite à une période d'inactivité (éducation des enfants,...) ou suite à des problèmes dans leur emploi.

¹¹ F. Rachdi, « l'entrepreneuriat féminin au Maroc : Une étude exploratoire », 8^{ème} congrès international francophone en entrepreneuriat et PME (CIFEPME), 2006, p 5

Ce constat a été également confirmé au niveau d'autres pays, à l'image de la Chine où les entrepreneures sont plutôt d'âge avancé (Hisrich et Zhang, 1991) ; et au Maroc¹², où la tendance d'âge des femmes entrepreneures est entre 35 et 44 ans, une tendance qui est presque similaire à celle des femmes dirigeantes des entreprises.

II.1.2- Le niveau d'éducation et de formation :

*« L'analphabétisme des femmes prend des dimensions inquiétantes à travers le monde. Deux tiers des illettrés du monde sont des femmes, et on ne s'attend pas à ce que le nombre (environ 600 millions) diminue de manière significative dans les 20 prochaines années »*¹³. Ce constat lié au niveau éducatif des femmes influence leurs chances sur le marché du travail et leur potentiel pour se lancer dans des carrières entrepreneuriales.

Cornet et Constandinidis (2007) ont mis en évidence l'importance du niveau d'instruction qui est fortement corrélé au processus d'acquisition du statut d'entrepreneur et le type de création. En effet, les femmes ayant un niveau de diplôme moins élevé sont généralement dans un processus de création par nécessité ou de reprise d'entreprise familiale. Celles qui ont un niveau de diplôme plus élevé (universitaire, école supérieure) sont plus souvent dans des processus de création volontaires avec l'idée de saisir des opportunités.

Dans le même ordre d'idées, cette corrélation a été démontrée statistiquement par l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE)¹⁴ français. En effet, dans le but de mettre en lumière l'importance du niveau d'instruction dans le processus entrepreneurial, il a été démontré que pour les hommes comme pour les femmes, la propension à créer une entreprise augmente avec le niveau de diplôme : propension de 0,10% pour les « sans diplôme » contre 0,88% pour les « bacs +3 ».

L'importance du niveau de formation dans l'activité entrepreneuriale a fait de ce facteur l'un des aspects les plus explorés. C'est ainsi que le niveau de formation des femmes entrepreneures a été comparé à celui de leurs homologues masculins, ou à la moyenne féminine, ou plutôt aux femmes cadres.

A partir des résultats mis en lumière par les différentes recherches, deux profils opposés de femmes entrepreneures peuvent être distingués, et qui correspondent à la typologie de Heilmann et Chen¹⁵ : Les femmes entrepreneures traditionnelles, ayant un niveau de

¹² F. Rachdi (2006), Op. Cit

¹³ United Nations. Demographic, Social and Housing Statistics. The World's Women 2000: Trends and Statistics (in GEM 2005 Report women and entrepreneurship, p 21).

¹⁴ INSEE (1991), cité par E. Cornillon (2004), Op. Cit, p 50

¹⁵ Voir J. Lambrecht & F. Pirnay, « L'entrepreneuriat féminin en Wallonie », centre de recherche PME et de l'entrepreneuriat, université de Liège, septembre 2003, p 52

formation faible, et qui considèrent l'entrepreneuriat comme seul moyen pour faire évoluer leurs carrières, par opposition aux **modernes** qui se distinguent par leur haut niveau de formation, et pour lesquelles l'entrepreneuriat n'est qu'une option parmi beaucoup d'alternatives de carrières toutes aussi intéressantes.

a- Les femmes entrepreneures modernes :

La plupart des chercheurs s'entendent pour conclure que les femmes entrepreneures ont un niveau d'instruction plus élevé que la moyenne de la population féminine et qu'elles ont accédé à des niveaux d'éducation comparables à ceux des hommes entrepreneurs, même si elles ont opté pour des domaines moins techniques que les hommes. (Lee-Gosselin et Grisé, 1990 ; Honig-Haftel et Martin, 1986).

Dans leur comparaison du niveau de formation des femmes entrepreneures à celui des hommes, DeCarlo et Lyons (1979)¹⁶ révèlent que, sur un échantillon de 122 femmes entrepreneures américaines, le niveau d'instruction des femmes entrepreneures est supérieur à celui de la moyenne féminine.

Ce profil semble être plus répandu dans les pays développés, à l'image des Etats-Unis où le sondage national effectué par Hisrich et Brush (1983) auprès de 468 femmes entrepreneures, a montré que 68 % d'entre elles possèdent au moins un diplôme de premier cycle universitaire, mais cette formation se fait souvent dans le domaine des sciences humaines et non dans le domaine technique. En Amérique du Nord, les femmes entrepreneures auraient un niveau de scolarité plus élevé que les hommes (St Cyr, 2003). Ceci est également le cas des pays européens explorés, à l'image de la Belgique où une enquête menée auprès d'un échantillon de 288 femmes entrepreneures belges (Cornet, 2003), a fait état d'environ un tiers des femmes ayant une formation universitaire ou de l'enseignement supérieur de type long, et un tiers qui détiennent un diplôme de l'enseignement supérieur de type court.

L'étude conduite par l'APCE sur les femmes entrepreneures en France a montré qu'en 1998, les femmes entrepreneures sont légèrement plus instruites que leurs homologues masculins, dans la mesure où 28,9% des créatrices étaient titulaires d'un diplôme de niveau (Bac + 2) et plus contre 27% des hommes et 20% d'un diplôme de niveau Bac contre 17,3% des hommes. Un niveau de formation élevé, semble l'une des caractéristiques des femmes entrepreneures marocaines. Du moins c'est ce qui a été montré dans l'enquête menée par F. Rachdi (2006),

¹⁶ DeCarlo et Lyons (1979), cité par L. Tchamanbé et G. Tchouassi, « Renforcement des capacités entrepreneuriales des femmes par la formation : une analyse du cas du Cameroun », communication aux VII^e Journées Scientifiques du Réseau Entrepreneuriat de l'AUF sur La formation à l'entrepreneuriat, 2001, p 267-275.

qui a souligné que plus de deux tiers ont une formation universitaire, ce qui est également le cas des femmes dirigeantes. Néanmoins, l'auteur note le fait que les femmes qui sont à la tête de très petites structures, notamment dans le commerce et l'artisanat sont relativement moins instruites.

b- Les femmes entrepreneures traditionnelles :

Certains auteurs, notamment ceux ayant exploré d'autres espaces géographiques, en dehors des USA et des pays européens, semblent contredire ces conclusions. En effet, Hisrich et Zhang (1991) ont constaté que les entrepreneures chinoises sont assez avancées en âge et ont souvent une formation professionnelle et technique. De son côté Hernandez montre lors d'une enquête portant sur 50 femmes entrepreneures de la ville d'Abidjan, que trois quarts des femmes interrogées se sont arrêtées au baccalauréat ou avant.

Pour Mescon et Steevens (1982), deux tiers de leur échantillon de 108 femmes ont un niveau secondaire et seulement 15% ont suivi des études supérieures. Aussi, Sexton et Kent (1981) ont constaté que les femmes entrepreneures ont eu des niveaux d'éducation légèrement plus bas que les femmes cadres.

II.1.3- La situation familiale :

Même si les premières études ont considéré la situation familiale comme étant un thème commun pour les femmes et les hommes entrepreneurs (Honig-Haftel et Martin, 1986; Geoffee et Scase, 1983)¹⁷, ce dernier s'est vite consacré uniquement aux femmes (Longstreth, Stafford, et Mauldin, 1987). En effet, de par leur rôle perçu comme naturel et leur responsabilité sociale, qui consiste à assurer les charges familiales, la question d'assurer l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle, se pose alors pour les femmes entrepreneures. Ceci rend légitime ou plutôt nécessaire d'analyser leur situation familiale, à travers le statut matrimonial, le nombre d'enfants à charge, la répartition du temps entre famille et travail, etc.

a- L'état matrimonial et le nombre d'enfants à charge :

L'un des aspects de l'influence familiale est le statut matrimonial, qui joue un rôle important dans la création et la gestion de l'entreprise. Ainsi les femmes célibataires n'envisagent pas leur carrière entrepreneuriale de la même manière que les femmes mariées où celles ayant des enfants à charge. La plupart des recherches réalisées à ce niveau indiquent que les hommes entrepreneurs sont dans la majorité des cas mariés, et que le mariage joue un rôle stabilisateur, dans l'exercice de leur métier. Ce qui n'est pas le cas des femmes, dans la

¹⁷ P.G. Greene, E.J. Gatewood, C. Brush et N.M. Carter (2004), Op. Cit, P 10

mesure où le mari peut constituer soit un frein soit un stimulateur pour la création d'entreprise.

Lambrecht et Pirnay (2003)¹⁸, lors d'une étude comparative entre les femmes et les hommes entrepreneurs en Belgique, se sont intéressés justement à l'évolution du statut matrimonial et du nombre d'enfants à charge entre le moment de création et du déroulement de l'enquête. Sur un échantillon composé de 200 femmes et 100 hommes, les auteurs ont noté que près de deux tiers des entrepreneurs (hommes ou femmes), ont lancé leur entreprise avec le statut « en couple avec des enfants ».

La grande différence réside dans l'évolution du statut matrimonial entre le démarrage et au moment de l'enquête. En effet, 40% des femmes qui étaient seules sans enfants au démarrage de l'activité ont gardé ce statut au moment de l'enquête, alors que 80% des hommes dans la même situation étaient au moment de l'enquête en couple avec enfants. Par ailleurs, les auteurs montrent que le fait de se mettre en couple constitue une décision qui retarde l'accession au statut d'entrepreneur et cela plus nettement pour les femmes (4,4 ans) que pour les hommes (1 an). Le fait d'avoir ou non des enfants ne semble pas, par contre avoir un effet différentiel sur les hommes et les femmes. Ces chercheurs en tirent comme conclusion que pour une femme, ce n'est pas tant d'avoir un enfant que d'avoir un conjoint qui retarde son entrée dans l'entrepreneuriat.

L'agence de stimulation économique (ASE) en Belgique, dans une étude sur l'entrepreneuriat féminin en Wallonie (2008) a dégagé trois profils de femmes entrepreneures, en se basant sur le statut matrimonial :

- Les femmes célibataires sans enfants à charge qui considèrent l'activité entrepreneuriale comme un investissement personnel important et qui recherchent l'autonomie et à faire ce qu'elles aiment.
- Les femmes en couple avec ou sans enfant à charge dont l'activité entrepreneuriale est souvent considérée comme un second revenu ou qui constitue un moyen de regagner la vie professionnelle, après une rupture pendant la période consacrée à l'éducation des enfants.
- Les femmes chefs de famille monoparentales avec enfants qui sont les plus fragiles dans leur statut d'indépendantes car elles doivent garantir un revenu et en même temps assumer seules les charges familiales.

¹⁸ J.Lambrecht et F. Pirnay (2003), Op. Cit.

Comme le montre le tableau n° 3, qui reprend les résultats de quelques études menées à travers différents pays, la plupart auteurs ont établi la forte représentativité des femmes mariées au sein des femmes entrepreneures, qu'ils expliquent par le fait que ces dernières entrent souvent en affaires lorsqu'elles ont arrêté de faire des enfants. La création d'entreprise constitue le plus souvent la dernière réponse à leur problème d'emploi.

Tableau n° 3 : Résultats de quelques études sur la situation familiale

Pays	Belgique	Maroc	Algérie	Mali
Situation matrimoniale :				
- Célibataire			42%	10%
- Mariée	75%	71%	45%	80%
- Divorcée			08%	06%
- Veuve			05%	04%
Enfants :				
- sans enfants	16,7%	23%		10%
- avec enfants	83,3%	77%		90%
Auteurs	(A. Cornet et Ch. Constantinidis, 2003)	F. Rachdi (2006)	R. Rahou (2006)	S. A Kounta (1997)
Observations	Echantillon de 288 femmes			Echantillon de 50 femmes

Source : établi à partir de la revue de littérature

b- L'influence parentale :

La littérature a traité également d'un autre aspect lié à la situation familiale, qui est l'influence parentale, et la recherche d'un éventuel lien entre l'activité entrepreneuriale et le fait d'avoir des parents ou des proches entrepreneurs. Voici ce qu'a avancé à ce propos Gasse (2003) : « *les entrepreneurs proviennent le plus souvent de familles où les parents ou autres personnes proches sont eux-mêmes dans les affaires, ou encore, à leur compte ; ainsi, plusieurs recherches indiquent que c'est le cas de 50% d'entre eux. On peut penser que le jeune, grandissant dans ce type de famille ou d'entourage, considère ses parents ou ses proches comme des modèles à imiter* »¹⁹.

Cooper et Dunkelberg (1982), Hisrich et Brush (1987) soutiennent qu'un pourcentage élevé d'entrepreneurs descend de père lui-même entrepreneur. Il est donc admis que ce lien familial devrait expliquer le désir d'entreprendre plus tard comme le note certains auteurs tels que Collins et Moore (1970) et Shapero (1971). D'autres à l'image de Jacobowitz et Vilder

¹⁹ Y. Gasse, 2003, « L'influence du milieu dans la création d'entreprise », Revue Organisations & territoires, vol. 12, n° 2, 2003, p. 49-56.

(1988), affirment que le fait d'avoir des parents entrepreneurs donne aux enfants le goût d'entreprendre.

Dans ce cadre, Ponson (2002)²⁰ distingue deux situations, la première se caractérise par la continuité, qui peut puiser, dans la tradition familiale qui date parfois de plusieurs générations. « Il y a des familles entrepreneuriales ». D'autres ont repris, du fait des circonstances, une activité conduite par leur mari, activité dans laquelle elles se sont progressivement investies. Selon Brush (1996), le père et le mari sont les premiers soutiens pour les femmes entrepreneures.

Une enquête réalisée auprès de 58 entrepreneurs révèle que la femme entrepreneure est quatre fois plus sujette à une influence parentale (père ou mère) que la population en général (Smith, Cain et Warren, 1982). En effet, les femmes entrepreneures sont plus nombreuses à avoir des parents ayant géré une entreprise, créé leur propre entreprise, ou dont l'occupation avait un lien étroit avec le monde de l'entreprise. Toutefois, ceci n'est pas le cas de certains pays à l'image de la France, où une étude de l'APCE (1998) a fait état d'une forte progression de femmes créatrices, sans entourage incitatif.

Enfin, au-delà des divergences dans les résultats empiriques, il semble que les recherches ont un consensus : avoir un parent entrepreneur a une influence sur le choix de la création d'entreprise par la femme, même si l'occupation parentale n'est qu'un des facteurs qui influence la création d'entreprise (Watkins, 1997).

II.1.4- L'expérience antérieure :

Sur ce point, la communauté des chercheurs²¹ semble être en accord sur le fait que de grandes différences existent entre les hommes et les femmes entrepreneures. En effet, plusieurs recherches ont montré que ces dernières semblent souvent moins qualifiées que les hommes, possèdent moins d'expérience professionnelle en gestion d'entreprise et/ou dans le secteur d'activité dans lequel elles se lancent, et manquent de compétences aux niveaux financier, managérial et/ou entrepreneurial.

Hisrich et Brush (1984) ont constaté qu'avant de lancer leurs affaires, les femmes entrepreneures montrent des expériences de travail variées, à un niveau hiérarchique moyen. Elles ont travaillé, le plus souvent dans des services de secrétariat, d'enseignement ou de

²⁰ B. Ponson, « L'entrepreneuriat féminin dans l'Océan Indien : identités et mutations », actes du 6^{ème} Congrès international francophone sur la PME, L'entrepreneur et la PME face aux transformations du monde des affaires, HEC – Montréal, 30 octobre au 1er novembre 2002.

²¹ Les travaux de Ratté 1999 ; Boden et Nucci 2000 ; Légaré 2000 ; OCDE 2000 ; Danmanville et Hurel 2001 ; Orhan et Don Scott 2001 ; Robb et Wolken 2002 ; St-Cyr 2002 confirment cette thèse.

vente de détail plutôt qu'à des postes de gestion scientifique ou technique (Starr et Yudkin, 1996).

Lee-Gosselin et Grisé (1990) ont remarqué que certaines entrepreneures de leur échantillon n'ont jamais travaillé avant de lancer leurs affaires. Burke (1991) affirme de son côté, que nombreuses sont les femmes qui se lancent dans des secteurs où elles n'ont aucune expérience. Elles ont peu ou pas d'expérience du type d'entreprise qu'elles créent, ni d'expérience en gestion. Plus récemment (St Cyr et al, 2003), indiquaient que les femmes entrepreneures, en Amérique du nord ne possèdent souvent pas d'expérience antérieure dans leur secteur d'activité.

Les études empiriques menées à travers différents pays, ont confirmé dans l'ensemble les conclusions citées ci-dessus, comme le montre le tableau n°4 qui reprend les principaux résultats de quelques études.

Tableau n°4 : Principaux résultats sur le thème de l'expérience des femmes entrepreneures :

Source	Pays ou région	Principaux résultats et conclusions
APCE (1998)	France	- 85% des femmes se lançaient pour la première fois dans la création contre 75% des hommes. - 50% seulement des créatrices avaient une expérience dans l'activité choisie, contre 60% des hommes.
St-Cyr (2002)	Québec	- sur un échantillon de 250 (dont 125 femmes), 2/3 des femmes n'ont aucune expérience en gestion.
Menzies, Diochon et Gasse (2004) ²²	Canada	- même s'il n'existe pas de différence significative en termes d'années d'expérience, les femmes sont cependant plus nouvelles dans la création : 71% ont créé pour la première fois, contre 46% des hommes.
F. Rachdi (2006)	Maroc	- plus de la moitié des femmes entrepreneures ont une expérience professionnelle antérieure, souvent dans le secteur privé - une proportion importante d'entre elles se lance dans la création, juste après la fin des études.
Z. Arasti (2008)	Iran	- les femmes entrepreneures avaient en moyenne 7,6 ans d'expérience de travail antérieure. - seules 20% avaient déjà créé ou participé à la création d'une entreprise avant leur propre création.

Source : établi à partir de la revue de littérature

²² Cité par C. Borges, G. Simard, L.J. Fillion, « Création d'entreprises – Femmes entrepreneures Rapport de recherche 2005 », cahier de recherche N° 2005-16, HEC Montréal, Décembre 2005, p 04

II.1.5- Les motivations :

Les motivations constituent un autre aspect des comparaisons entre la femme et l'homme entrepreneur. La question « pourquoi des femmes deviennent-elles entrepreneures ? » a fait l'objet de plusieurs recherches. Les auteurs ont pu distinguer deux profils d'entrepreneurs à partir de leurs motivations à créer une entreprise : le groupe « pull » (création par opportunité) et le groupe « push » (création par nécessité). Toutefois, Brush (1990) a souligné que la décision de création d'une entreprise est toujours le résultat de motivations de nécessité et d'opportunité.

- Le groupe pull : Ce groupe renferme les facteurs qui attirent les femmes positivement et débouchent sur une volonté de création d'une entreprise. Ainsi, la femme peut fonder son entreprise pour les motifs suivants : besoin d'indépendance professionnelle et d'autonomie financière, besoin d'accomplissement personnel, volonté d'organiser soi-même son travail, le goût d'entreprendre, ...

- Le groupe push : Dans ce cas le passage à l'acte entrepreneurial constitue un choix forcé, et les facteurs de motivations de type push poussent les femmes vers le travail indépendant plutôt par nécessité. C'est le cas par exemple de l'insuffisance du revenu familial, la perte d'un emploi, la difficulté de trouver un emploi, l'insatisfaction dans le travail salarié, la flexibilité entre vie familiale et vie professionnelle, le changement imprévu dans leur vie personnelle (divorce, décès du conjoint, ...).

Robichaud et Graw (2005)²³ ont affirmé que les raisons qui poussent les femmes à créer leur entreprise sont généralement différentes de celles des hommes. Ils ont ainsi souligné que contrairement à leurs homologues masculins, qui sont souvent attirés par la réalisation de gains financiers, les femmes entrepreneures cherchent plutôt à atteindre principalement des fins intrinsèques telles que l'indépendance et la flexibilité de l'emploi permettant de concilier vie familiale et vie professionnelle. De son côté, Marlow (1997) a indiqué que la frustration dans l'emploi était une motivation commune chez les femmes et les hommes. Toutefois, il a retenu comme principales motivations propres aux femmes, leur désir de devenir leur propre employeur, les contraintes d'une carrière limitée et le besoin de combiner leur vie professionnelle et leur vie familiale.

Selon Cornet et Constandinidis (2007), ces différences en termes de motivations seraient la conséquence des effets de genre avec notamment « *l'influence des rôles sociaux et*

²³ Y. Robichaud et E.Mc. Graw (2005), « Analyse comparative entre l'entrepreneurship féminin et l'entrepreneurship masculin : le cas des entreprises de services et de détail chez les francophones du Nouveau-Brunswick », Cahier de recherche 2005-08, Chaire d'entrepreneuriat, HEC Montréal, p 45 - 48.

familiaux sur les contextes de création d'activité, qui sont notamment très visibles pour les femmes qui souhaitent sortir de la sphère familiale à laquelle elles ont consacré plusieurs années de leur vie pour s'investir dans un projet personnel »²⁴.

Même si les raisons qui poussent les femmes à entreprendre sont variées (Brush, 2004), deux motivations principales font presque l'unanimité des chercheurs²⁵ : le besoin de satisfaction professionnelle et la recherche de l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle. En effet, les femmes envisagent la création d'entreprise pour devenir leur propre patron et pour dépasser les difficultés inhérentes au marché traditionnel de l'emploi. Elles perçoivent de ce fait la carrière entrepreneuriale comme plus compatible avec leurs responsabilités familiales. C'est ainsi que Cromie (1987) indiquait que « *Les femmes sont plus insatisfaites de leur carrière et voient l'entrepreneuriat comme un moyen de concilier à la fois leur travail et le rôle auprès des enfants* »²⁶. Scott (1986), avait évoqué la motivation liée à l'insatisfaction rencontrée dans le travail salarié et la recherche de flexibilité dans l'organisation du travail. Cette motivation est spécifique aux femmes qui tentent de trouver un équilibre entre vie familiale et vie professionnelle.

D'autres raisons peuvent expliquer la décision des femmes à se lancer dans des carrières entrepreneuriales, mais qui sont plus ou moins liées à ces deux principales motivations. Hisrich et Brush (1990), ont observé que les raisons les plus citées sont : la frustration dans l'ancien emploi, suivie par l'intérêt d'entreprendre, puis viennent ensuite des facteurs tels que la recherche d'autonomie. Dans le même ordre d'idée Stocks, Riger et Sullivan (1995), ont retenu l'hostilité de l'environnement de travail et l'impossibilité des femmes à gravir dans la hiérarchie, comme motifs d'envisager la création d'entreprise. Alors que pour Buttner et Dolly (1997), le manque de promotion dans le travail salarié est l'un des facteurs déterminants pour les femmes dans le choix d'une carrière entrepreneuriale.

Plus récentes, les études de Carrington et al (2006)²⁷ ont établi que principalement, les femmes se lancent en affaires dans le but de pouvoir mieux concilier leurs responsabilités familiales et professionnelles, spécialement dans le cas des femmes mariées avec des enfants. Cependant, McKay (2001) a indiqué, que les motivations des femmes diffèrent selon l'âge. Il note que pour les plus âgées, la recherche de flexibilité et d'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle ne constituent pas les principaux motifs ; elles sont animées plutôt par le désir de rester actives, d'augmenter leurs revenus et d'atteindre une certaine stabilité.

²⁴ A. Cornetet C. Constandinidis (2004), Op. Cit, p 17.

²⁵ Les travaux de Carter, Gatewood, Greene et Hart (2004) Anderson et Shaw (2003)

²⁶ S. Cromie (1987), cité par E. Cornillon (2004), Op. Cit, p 59

²⁷ Les travaux de Carter, Anderson et Shaw (2003) & DeMartino et Barbato (2003).

Sans vouloir dresser une liste exhaustive des motivations des femmes entrepreneures et pour conclure, nous reprenons la synthèse des travaux effectués sur l'entrepreneuriat féminin réalisée par Carrier, Julien et Menvielle (2006), et dans laquelle, il ressort que leur ordre d'importance change quelque peu selon les pays. Mais globalement, les femmes entrent en affaires parce qu'elles recherchent « l'autonomie et la flexibilité » « la réalisation personnelle », « la possibilité de faire des bénéfices », « la possibilité de devenir son propre patron ». Viennent ensuite « la reconnaissance de l'entourage », « la saisie d'une opportunité » et « l'influence de la famille ».

II.1.6- Présentation de quelques typologies des femmes entrepreneures :

En se basant sur un ou plusieurs aspects présentés précédemment, plusieurs auteurs ont tenté d'identifier un profil type ou une typologie des femmes entrepreneures. C'est ainsi que Hisrich et Bruch (1986), dans leur analyse d'un échantillon de 486 femmes entrepreneures, sont parvenus à dresser un portrait caricatural de la femme entrepreneure, en donnant la description suivante : « *Elle est l'aînée de ses frères et sœurs, issue d'une classe moyenne..., après avoir obtenu un diplôme aux beaux-arts, s'est mariée, a eu des enfants, a travaillé comme enseignante, fonctionnaire ou secrétaire. Elle a créé sa première entreprise dans le domaine des services après l'âge de 35 ans* »²⁸.

a- Typologie de Goffe et Scase :

En combinant le degré d'attachement au rôle traditionnel des femmes et les valeurs entrepreneuriales, Goffe et Scase (1985) ont identifié quatre catégories, à partir d'une enquête auprès de femmes chefs d'entreprise en Grande-Bretagne.

		Attachement au rôle traditionnel des femmes			
		Fort	Faible		
Attachement aux idées entrepreneuriales		Les conventionnelles	Les innovatrices	Fort	
		Les domestiques	Les radicales	Faible	

Source : E. Cornillon, « l'entrepreneuriat féminin en France : état des lieux et perspectives », IECS Strasbourg, Université Robert Schuman, 2005, P 75.

²⁸ Brush (1986), cité par J. Lambrecht & F. Pirnay (2003), op. Cit, p 51

- Les « conventionnelles » : Elles créent leur entreprise dans le but de palier à l'insuffisance du revenu familial. Elles choisissent souvent des secteurs dans le prolongement de leur rôle traditionnel dans le contexte familial (restaurants, nurseries, ou pressings)
- Les « domestiques » : pour cette catégorie, le besoin de flexibilité dans le travail constitue la motivation principale pour la création.
- Les « innovatrices » sont des femmes qui considèrent que l'entrepreneuriat est une voie pour atteindre des succès économiques et personnels face à des carrières classiques dans les grandes entreprises. Le travail est pour elles un thème central plus important que le fait d'assumer le rôle traditionnel des femmes.
- Les « radicales » ont pour motivation principale de développer le rôle des femmes dans la société en général, plutôt que de réaliser des gains financiers.

b- Typologie de Ducheneaut et Orhan :

Dans leur ouvrage « Les femmes entrepreneures en France », Ducheneaut et Orhan (2000) dressent une typologie basée sur :

- La motivation à la création : nécessité ou volonté
- L'origine de l'idée ou de la compétence professionnelle : personnelle ou de l'environnement proche.

		L'origine de l'idée ou compétence professionnelle	
		Personnelle, familiale	Environnement proche
Motivation à l'origine de l'entrepreneuriat	Volonté	Innover	Accompagner
	Nécessité	Rebondir	Poursuivre

Source : Emilie Cornillon, « l'entrepreneuriat féminin en France : état des lieux et perspectives », IECS Strasbourg, Université Robert Schuman, 2005, P 75

Chaque type est défini par un verbe qui caractérise au mieux la situation.

- Innover : les femmes qui innovent ont presque toutes une qualification initiale puis une expérience professionnelle dans un domaine proche de l'activité créée. Avant leur décision de créer une entreprise, ces femmes ont exercé des postes à responsabilité ou bénéficiant d'une autonomie d'organisation.
- Accompagner : les femmes entrepreneurs qui accompagnent ne se contentent pas d'apporter une aide momentanée. Elles dirigent l'entreprise en assurant les fonctions de gestion et de

commercialisation. Généralement, le proche accompagné (un conjoint, père, frère ou sœur) possède une compétence professionnelle.

- poursuivre : certaines femmes sont appelées à poursuivre une activité, soit à la suite d'un événement accidentel (décès du chef d'entreprise), ou d'une façon programmée (transmission familiale). Les femmes qui « poursuivent » une activité font en général plus que remplacer le dirigeant précédent : elles apportent leurs idées, développent l'entreprise et sont fières de pouvoir transmettre à leur tour ce patrimoine familial.

- Rebondir : ces femmes se sont orientées vers l'entrepreneuriat à la suite d'une insatisfaction ou d'un accident de parcours dans leur carrière professionnelle. Elles restent en général dans la même activité que celle exercée auparavant en tant que salariées. Elles considèrent cette rupture dans leur parcours comme une opportunité à saisir, qui leur permet de prendre un nouveau départ.

c- Typologie de Heilman et Chen :

En tenant compte du niveau d'éducation et de l'expérience professionnelle, Heilman et Chen (2003)²⁹, ont distingué deux profils de femmes entrepreneures :

- Les femmes entrepreneures traditionnelles : sont celles ayant un niveau de formation assez faible et peu d'expérience individuelle. Elles considèrent l'entrepreneuriat comme moyen pour faire évoluer leurs carrières. Les entreprises détenues par ces femmes sont généralement des sociétés de service qui connaissent une faible croissance et qui engagent peu de capitaux.
- Les femmes entrepreneures modernes : elles se distinguent des traditionnelles, par leur haut niveau de formation, et l'accumulation d'expérience professionnelle. L'entrepreneuriat ne représente qu'une option parmi beaucoup d'alternatives de carrière toutes aussi intéressantes.

A ce premier niveau il a été question de présenter les caractéristiques liées à la personnalité de la créatrice d'entreprise, de son vécu familial et de son parcours professionnel, à travers l'analyse de variables liées notamment à l'âge, au niveau de formation, à la situation familiale et l'expérience professionnelle.

Cependant, l'acte entrepreneurial aboutit à la création d'une entité économique (l'entreprise). Les caractéristiques de cette dernière et les pratiques de gestion et d'organisation des femmes créatrices constituent un autre aspect d'analyse, qu'on présentera à présent.

²⁹ Heilman et Chen (2003), cité par J. Lambrecht & F. Pirnay (2003), Op. Cit, p 51 - 52

II. 2- Le niveau organisationnel :

Les caractéristiques des entreprises qui appartiennent aux femmes entrepreneures est un aspect qui a été largement documenté. Plusieurs auteurs³⁰ ont tenté de faire ressortir l'entreprise type, en analysant plusieurs aspects des entreprises appartenant aux femmes tels que, les secteurs d'activité, la forme, la taille et le nombre d'employés ainsi que les objectifs de croissance.

II.2.1- Le secteur d'activité :

« Les femmes restent concentrées dans des secteurs d'activité moins valorisés et donc moins payés. Ce marché sexué de l'emploi existe quels que soient les pays : les femmes sont sur-représentées dans les postes de service, les emplois techniques et professionnels, les emplois de bureau et de vente, alors que les hommes sont majoritaires dans les emplois de production ainsi que dans les postes de direction et d'administration »³¹.

Cette réalité du marché de l'emploi semble être vérifiée également, dans le cas de la création d'entreprises. En effet, la majorité des auteurs semblent être en accord sur la nette prédominance des activités relevant des services, et qui reflète le positionnement des femmes sur le marché de l'emploi. Les femmes créent souvent dans des secteurs qui correspondent à une professionnalisation des tâches ménagères ou qui regroupent des activités traditionnellement destinées aux femmes.

Sur ce point, Hisrich et Peters considèrent que *« la nature de l'activité exercée diffère selon que l'entreprise est créée par un homme ou une femme »³²*. Alors que les femmes ont tendance à créer des entreprises dans les domaines liés aux services tels que le commerce de détail, les services éducatifs et le conseil ; les hommes sont plutôt portés vers l'industrie, la construction ou la haute technologie.

Pour expliquer ces différences dans le choix du secteur d'activité, Watkins et Watkins (1984) ont mis l'accent sur l'expérience antérieure propre à la femme entrepreneure. Pour eux, elle est motivée par des secteurs "féminins" où d'autres femmes ont déjà fait la preuve de leur succès, rassurant ainsi les financiers potentiels, les clients et les fournisseurs. (Théo, 1996) a évoqué les barrières à l'entrée qui sont beaucoup plus élevées dans certains domaines comme l'industrie et le bâtiment et le manque d'expérience qu'accusent les femmes dans ces

³⁰ Notamment les travaux de (Hisrich et O'Brien, 1981), (Stevenson, 1984), (Watkins et Watkins, 1984), (Neider, 1987), (Hisrich et Brush, 1984-1987), (Lee-Gosselin & Grisé, 1990) et (OCDE, 1997).

³¹ Ilo (2002), cité par I. Guérin, « Femmes et économie : quels enjeux ? Pratiques économiques solidaires : entre résistance et justice sociale », Revue femmes et économie, septembre 2005, p 02.

³² Hisrich et Peters (1991), cité par F. Rachdi (2006), Op. Cit, p 10.

domaines. Alors que pour Diarmid et Thompson (1991), les femmes se lancent le plus souvent dans des secteurs qui demandent moins de capitaux et de main d'œuvre.

Les enquêtes réalisées à travers différents pays, et sur le thème lié aux secteurs d'activité dans lesquels se lancent les femmes entrepreneures, tendent à présenter les mêmes conclusions, à savoir la prédominance des services. Le tableau n° 5 ci-après en reprend quelques unes.

Tableau n° 5 : Synthèse des principales conclusions sur le thème du secteur d'activité

Référence	Résultats et conclusions
APCE (2002) France	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Les femmes sont surtout présentes dans les secteurs des services aux particuliers et de l'éducation, la santé et l'action sociale (47,5% des créateurs), alors qu'elles sont toujours peu représentées dans les transports (13%), et la construction (7%). ❖ Les secteurs visés par les femmes se caractérisent souvent par : <ul style="list-style-type: none"> - la dimension féminine de l'activité (esthétique, décoration, ...) - les qualités requises plutôt féminines (écoute, communication, imagination,...) - des barrières à l'entrée peu élevées (financières, compétences techniques).
Carole Bonnetier (2005) Belgique	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 84% des créations des femmes de l'échantillon se concentrent dans trois secteurs principaux : « services aux particuliers », « commerce et réparation » et « services aux entreprises et/ou aux institutions ». ❖ Certains secteurs d'activité comme l'industrie ou l'agriculture ne sont pas représentés.
Lee-Gosselin et Grisé (1990) ³³ USA	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Même si les femmes entrepreneures sont actives dans tous les secteurs de l'économie, elles sont néanmoins plus actives dans le domaine du commerce et des services.
GEM (2005)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ En distinguant deux groupes de pays selon le niveau de revenu : pays à revenu élevé et ceux à revenu faible ; Peu de différences sont détectés dans le choix du secteur d'activité ❖ La répartition des entreprises créées par les femmes par secteur, pour les deux groupes est respectivement de : <ul style="list-style-type: none"> - 5,4 % et 2,6% : secteur primaire - 16,4 % et 14,8% : secteur secondaire - 22,8% et 8,5% : services aux entreprises - 55,3% et 74,3 % : services aux consommateurs
Zouiten (2004) Tunisie	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Sur une population de 5000 femmes, 2/3 opèrent dans le commerce et les services et 1/3 sont dans les différentes autres branches de l'industrie (textile, agroalimentaire, mécanique, électrique,...).
F. Rachdi 2006 Maroc	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Les femmes entrepreneures exercent majoritairement dans le secteur des services (37%) et celui du commerce et distribution (31%), avec néanmoins une présence non négligeable des femmes à la tête d'entreprises ayant une activité dans le textile.
ONS 2004 Algérie	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Près de la moitié des entreprises créées par les femmes relèvent du secteur tertiaire et près d'un tiers de l'artisanat. Les professions libérales occupent la troisième position, elles représentent près de 7 % des entreprises créées

Source : établi à partir de la revue de littérature

³³ Les travaux de ces auteurs ont confirmé ceux d'autres chercheurs à savoir, O'Bannon, 1977; Hisrich et Brush, 1984; Scott, 1986

II.2.2- La forme juridique :

Pour rappel, deux formes d'entrepreneuriat sont possibles : L'entrepreneuriat en personne physique qui recouvre les indépendants c'est-à-dire les personnes qui ont décidé de travailler pour leur propre compte et l'entrepreneuriat en personne morale qui suppose la constitution d'une entité juridique distincte (SPA, SNC, SARL, EURL).

Juridiquement, la constitution de société est beaucoup plus rare chez les femmes, qui optent plus souvent pour le statut indépendant (personne physique) et demeurent ainsi propriétaires uniques, (Yudkin, 1996), contrairement aux hommes, et celles qui optent pour la constitution d'une société ont tendance à choisir leur mari (Scott, 1986)³⁴.

Cornet et Constantinidis (2003)³⁵ ont abouti lors d'une enquête sur les femmes entrepreneures belges, au fait que la moitié ont choisi le statut de personne physique, sur un échantillon de 288 femmes, tandis que l'autre moitié ont opté pour la constitution d'une société commerciale. Pour ces dernières, la majorité a créé une S.A.R.L (soient 66 femmes sur 115), le statut de société anonyme venant juste après, avec 39 femmes sur 115. En France, selon E. Cornillon (2005, p 34), les femmes adoptent moins souvent la forme juridique de société que les hommes quel que soit le secteur d'activité (34% contre 46%).

En se basant sur un ensemble d'enquêtes réalisées à travers les principales villes rwandaises, le ministère de la fonction publique et du travail (2005)³⁶, a montré que près de 80% des entreprises créées et gérées par les femmes au Rwanda sont des entreprises individuelles. La forme de société à responsabilité limitée ne se retrouve que dans la ville de Kigali (8,3%). Par contre la forme de coopérative est plus représentée dans le milieu rural.

F. Rachdi (2006) a noté que les entreprises dirigées par des femmes, au Maroc sont le plus souvent des S.A.R.L (57%) ou des entreprises individuelles (22%). Elles sont plus rarement des sociétés anonymes (16%). Le choix de la S.A.R.L est dû à la relative simplicité de sa création mais aussi parce que le capital de départ n'est pas très élevé. Une enquête³⁷ réalisée auprès des femmes entrepreneures iraniennes a montré que, la majorité des entreprises étudiées, soit 48,5 % sont des sociétés individuelles. 28,7 % sont de type collectif et finalement 22 % sont des coopératives.

³⁴ B. Amrhar, « l'entrepreneuriat féminin : essai de conceptualisation », Cahier de recherche n° 2001-04, Chaire d'entrepreneuriat, HEC, Montréal, Mai 2001, p 17.

³⁵ A. Cornet et Ch. Constantinidis (2003), « Les femmes entrepreneures face à la formation, au financement et aux réseaux : Résultat d'une recherche quantitative et qualitative Belgique », Rapport de recherche quantitative Belgique, projet Diane financé par le fonds social européen, Etudes Genre et Diversité en Gestion(EGID), décembre 2003, p 22.

³⁶ Ministère de la fonction publique et du travail du Rwanda, « étude sur l'entrepreneuriat féminin au Rwanda », Projet GENDER, Kigali, octobre 2005

³⁷ Z. Arasti, Op. Cit, p 18.

II.2.3- La taille :

La faible taille des entreprises est une caractéristique qui perdure dans les écrits sur l'entrepreneuriat féminin et qui intervient, entre autres dans l'explication des difficultés d'accès au financement. En effet, et indépendamment du critère retenu pour évaluer la taille (chiffre d'affaires, nombre d'employés,...), la majorité des femmes dirigent des petites et moyennes entreprises (PME) et même très souvent des très petites entreprises (TPE), dont l'effectif ne dépasse pas 10 salariés. (Bowen et Hisrich, 1986 ; O'Bannon, 1977; Hisrich et Brush, 1987).

Lambrecht et Pirnay (2003) attribuent cette caractéristique de taille, non pas au fait que l'entreprise soit gérée par une femme mais au secteur d'activité et au niveau de formation de l'entrepreneure. Ainsi une entreprise dans le secteur des services engagera moins de personnes qu'une entreprise dans le secteur industriel. Carter, Anderson et Shaw (2003), dans leur explication de cette caractéristique, ont évoqué la faiblesse du capital de départ des femmes entrepreneures. Selon Lee-Gosselin et Grise (1990), la taille constitue un choix des femmes entrepreneures, dans la mesure où elles préfèrent diriger une entreprise stable et de petite taille, ce qui leur permettra d'avoir une certaine proximité avec les employés, fournisseurs et clients, et de mieux concilier entre vie professionnelle et vie familiale.

L'influence de la taille sur la performance de l'entreprise et sur ses perspectives de développement a été largement étudiée. A ce sujet, Tadjine (2004)³⁸, a déduit que ce facteur pénalise les femmes en regard des possibilités de financement, qui se trouvent dans un cercle vicieux où la petite taille de l'entreprise conditionne les possibilités de financement, et le niveau faible des capitaux accordés par les banques pénalise la taille de l'entreprise.

Dans une étude exploratoire portant sur les femmes entrepreneurs hispaniques, Shim et Eastlick (1998)³⁹ ont constaté que les entreprises dirigées par les femmes étaient plus jeunes, elles avaient moins d'employés, et des revenus inférieurs, par rapport à leurs homologues masculins. En France, Ducheneaut (1995) a indiqué que les femmes entrepreneures dirigent surtout des TPE, dont l'impact global sur l'emploi tient au fait qu'elles sont beaucoup plus nombreuses que les grandes entreprises. Elles fournissent entre 10 et 15% des emplois privés.

Côté canadien, Carrington (2006) a observé qu'en 2001, 85 % des entreprises appartenant aux femmes comptaient moins de cinq employés (contre 79 % chez les hommes) et qu'en 2000,

³⁸ T.L Tadjine, S. Tokatlioglu, et J. Zouiten, « L'entrepreneuse et le temps Entrepreneuriat féminin, Accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs », 8^{ème} CIFPME, 2006, p 03

³⁹ S. Shim et M. Aeastlick (1998), cité par F. Rachdi (2006), Op. Cit, p 09

elles avaient un chiffre d'affaires annuel moyen de 318 000 \$ contre 680 000 \$ pour celles des hommes.

Selon Cornet et Constantinidis (2006)⁴⁰, le cas des femmes entrepreneures belges est similaire, dans la mesure où sur un échantillon de 300 femmes, la moitié n'emploie pas de personnel et parmi celles qui sont employeurs, seulement 10% ont plus de dix salariés. La particularité observée dans cette enquête est que les femmes ne souhaitent pas généralement augmenter la taille de leur entreprise, ce qui est souvent motivé par la volonté de concilier vie privée et vie professionnelle mais aussi de rester seule maîtresse à bord, sans devoir gérer du personnel. Cette conclusion rejoint la thèse de McGrath et Macmillan (1992), selon laquelle la conception du succès pour les femmes entrepreneures constitue un élément central et déterminant pour comprendre pourquoi les entreprises dirigées par les femmes ont tendance à rester de petite taille.

Dans ce cadre, diverses études⁴¹ ont montré que les objectifs des femmes entrepreneures étaient peu orientés vers la croissance de la taille de l'entreprise et qu'elles optent souvent pour des stratégies de survie et de continuité plutôt que de croissance, en raison notamment d'une certaine aversion au risque, mais également d'une volonté de réserver du temps pour la famille.

II.2.4- L'âge :

La plupart des chercheurs ayant exploré ce sujet, s'entendent pour qualifier les entreprises appartenant aux femmes d'entreprises jeunes (Hisrich et Brush, 1987 et al)⁴². Pour justifier un tel constat, plusieurs explications ont été avancées.

Selon Martin (2008), la durée de vie des entreprises dépend fortement du secteur auquel elles appartiennent ; ceci est d'autant plus valable dans le secteur des services, fortement exposé à la concurrence. Or, dans la majorité des cas, les créations réalisées par les femmes se font dans ce secteur. Ensuite, la pérennité de l'entreprise est bien meilleure si l'investissement engagé au départ pour créer ou reprendre une entreprise est important. Or, les créatrices démarrent souvent avec un capital moins important, que celui des hommes.

De son côté, Cornillon (2005), a indiqué que l'écart entre le taux de survie des entreprises créées par des femmes et celles créées par des hommes, est en partie lié à la

⁴⁰ A. Cornet, « La création d'activités par les femmes : freins et leviers », HEC, cahier de recherche n° 200608/12, mars 2006, p 23.

⁴¹ (Brush, 1997), (Carter et Rosa, 1998), (Ratté, 1999), (Légaré, 2000), (OCDE, 2000), (Danmanville et Hurel, 2001), (St-Cyr, 2002), (Verheul, 2002), (Cornet et Constantinidis, 2003).

⁴² (Lee-Gosselin et Grisé, 1990), (Boden et Nucci, 2000), (Waston, 2003).

différence de taille. Par ailleurs, il a noté que cet écart est nettement plus faible lorsque les créatrices ont un niveau de diplôme au moins égal au baccalauréat.

Dans un cadre comparatif entre les hommes et les femmes entrepreneures APCE (2007), il a été observé que même si les conditions de démarrage sont similaires en termes d'expérience antérieure, du secteur choisi, du capital engagé,... les hommes ont toujours plus de chances d'être à la tête de leur entreprise trois ans après la création que les femmes. Cette différence qui subsiste en défaveur des entreprises créées par des femmes peut s'expliquer par des facteurs non mesurés, comme la difficulté de concilier vie familiale et vie professionnelle, ou un accès plus difficile au financement.

Cependant, il y a lieu de noter la conclusion de Beaufort (2008), dans le cas des Etats-Unis et qui a établi que les entreprises créées par les femmes, une fois franchi un seuil critique, se développent dans d'excellentes conditions. Ce sont donc bien les conditions de démarrage qui n'offrent pas de stabilité suffisante.

Toutefois, ce constat relatif à la courte durée de vie des entreprises créées ou gérées par les femmes largement admis, ne semble pas être le cas de certains pays à l'image de la Chine, où Hisrich et Zhang (1991) ont plutôt remarqué que les femmes détiennent de vieilles entreprises qu'elles ont souvent reprises. Ou plutôt le cas marocain, où des taux de pérennité relativement élevés ont été observés, ce qui serait probablement imputable au refus de l'échec dans un entourage particulièrement sensible, ce qui procure une certaine détermination qui conjugue la réalisation de soi. Aussi, on pourra évoquer le fort besoin économique, rendant les femmes entrepreneures dans l'obligation de se battre pour subvenir à leurs besoins ainsi que ceux de leurs proches.

II.2.5- La performance :

La littérature indique la complexité de l'analyse de la performance, qui peut revêtir plusieurs aspects. Certains auteurs parlent de survie de l'entreprise, d'autres de succès. Le succès lui-même est multidimensionnel faisant intervenir des critères quantitatifs : les aspects financiers, la croissance (Fischer 1993 ;Cliff, Fasci et Valdez 1998) et qualitatifs : qualité des relations humaines, satisfaction des clients,... (Kalleberg et Leicht 1991). Les résultats des études menées sur le thème de la performance des entreprises appartenant aux femmes varieront ainsi selon la définition retenue de la performance (St-Cyr, 2004).

Ceux qui préconisent des critères qualitatifs, pour la mesure de la performance à l'image de Brush (1992) ont suggéré que contrairement aux hommes, les femmes entrepreneures considèrent leur entreprise comme un réseau de relations plutôt que comme une unité économique distincte. Par conséquent la femme entrepreneure serait le centre d'un

réseau de relations comprenant la famille, la communauté et l'entreprise. Autrement dit, lorsqu'une femme crée sa propre entreprise, elle ne fait qu'intégrer à son existence un nouveau réseau de relations. Désormais, l'entreprise fait partie intégrante de la vie quotidienne de la femme entrepreneure, tout comme sa famille et la communauté dans laquelle elle réside. Cette vision fait que les femmes ont tendance à évaluer leur performance par des critères qualitatifs autres que financiers, comme la satisfaction des employés et des clients, ainsi que par l'équilibre entre le travail et la famille. De leur côté, Fisher et Rosa (1996) considèrent que les déterminants de la performance des entreprises en fonction du sexe de son propriétaire sont complexe, et préconisent de ce fait le recours à des instruments de mesure plus qualitatifs, et contestent l'utilisation de mesures uniquement quantitatives.

Nombreux, sont les auteurs⁴³ ayant fait recours à des mesures quantitatives telles que le chiffre d'affaires, l'emploi et la croissance, qui considèrent l'entreprise comme une entité économique, qui a comme objectif principal la réalisation de profits et ne tiennent pas compte du sexe du créateur ou du dirigeant. Ils ont abouti à la conclusion selon laquelle les hommes seraient plus performants que les femmes entrepreneures.

Comme nous l'avons déjà souligné, dans le cas de la taille, la plupart des recherches⁴⁴ empiriques indiquent une performance plus faible des entreprises dont le propriétaire dirigeant est une femme. Toutefois, Carter et al (2003) ont indiqué que ces résultats sont parfois ambigus et nécessitent une analyse plus poussée, à l'image des études de Watson (2002) qui a montré que lorsqu'on examine le secteur d'activité et l'âge de l'entreprise, les différences de taille et de performance entre les hommes et les femmes ne sont pas significatives.

Si l'on retient le chiffre d'affaires comme mesure de performance, les conclusions sont les mêmes que dans le cas de la taille. Bates (2002) a analysé les ventes réalisées par des entreprises américaines et a conclu que, même si les femmes sont dans le même secteur d'activité que les hommes, le volume de leurs ventes se situe en dessous de celui réalisé par leurs homologues masculins.

Watson (2002)⁴⁵ a montré qu'en termes de revenu global et de profit, les hommes seraient plus performants que les femmes entrepreneures. Cependant, ces dernières ont un plus grand retour sur actifs que leurs homologues masculins. Ainsi, même si les femmes semblent consacrer moins de ressources à leur entreprise, leur rentabilité est la même que

⁴³ Travaux de Fischer (1993) ; Cliff (1998) et Fasci et Valdez (1998).

⁴⁴ Notamment les travaux de Légaré (2000), Danmanville et Hurel (2001) et St-Cyr (2004)

⁴⁵ Watson (2002), cité par J. Lambrecht et F. Pirnay (2003), Op. Cit, p 49.

pour les hommes. Autrement dit, les hommes ne seraient pas plus efficaces que les femmes en matière de rentabilité du capital investi.

Dans leur explication des différences enregistrées entre les hommes et les femmes entrepreneures, Fisher, Reuber et Dyke (1993)⁴⁶ ont affirmé que ces dernières seraient désavantagées par rapport aux hommes à cause de leur manque d'expérience et de formation en gestion et de certains facteurs discriminatoires (notamment dans l'accès au financement). Par conséquent, les différences observées peuvent s'expliquer par le fait que les femmes n'ont pu développer leurs pleines capacités. Par conséquent, lorsque les femmes auront accès aux mêmes opportunités que les hommes, elles seront en mesure d'atteindre leur plein potentiel et de ce fait les différences entre hommes et femmes disparaîtront.

Lambrecht et Pirnay (2003), ont mis l'accent sur les motivations spécifiques qui sous-tendent le plus souvent le lancement d'entreprise par les femmes (la flexibilité de l'emploi, la conciliation entre vie professionnelle et vie familiale, etc.), et qui seraient en partie responsables de cette différence de performance. Aussi, faut-il rappeler la conclusion de St-Cyr (2002), selon laquelle les différences de performance entre les hommes et les femmes entrepreneures sont attribuables à des facteurs comme la taille, l'âge et le secteur d'activité de l'entreprise, plutôt au genre.

Enfin, même si la majorité des auteurs s'accordent à dire que les femmes entrepreneures sont moins performantes que leurs homologues masculins, d'autres insistent sur la nécessité d'envisager les questionnements relatifs à la mesure de la performance des femmes entrepreneures à partir de critères dits objectifs (chiffre d'affaires, profit,...), qui doivent être complétés par des critères plus subjectifs, comme la satisfaction des employés (Kaplan, 1988), et l'atteinte d'objectifs non nécessairement financiers (Kalleberg et Leicht, 1991)

Dans ce sens, Robichaud et McGraw (2003) ont montré que parmi, les entrepreneurs ayant défini le succès d'une façon strictement financière (réalisation de profit, prendre de l'expansion), plus de 85% étaient des hommes. Quant à ceux qui ont défini le succès ou la performance de leur entreprise par des facteurs intrinsèques (la reconnaissance des clients et du milieu, la satisfaction personnelle), environ 90% étaient des femmes. Ces résultats viennent soutenir les conclusions de Kalleberg et Leicht (1991), qui montrent que les femmes entrepreneures insistent davantage sur la qualité et celles de Brush (2004), qui stipulent que

⁴⁶ In Y. Robichaud et E. McGraw (2003), Op. Cit, p 25.

contrairement aux hommes, les femmes entrepreneures accordent une place particulière à la création de liens interpersonnels.

Cette attention particulière des femmes entrepreneures aux aspects relationnels avec l'entourage fera donc l'objet du troisième niveau d'analyse.

II.3 Le niveau relationnel :

Une autre réalité fait partie intégrante de la vie de la femme l'entrepreneure; c'est la qualité des relations qu'elle développe avec son entourage (famille, amis, confrères et consœurs,...) et la perception de la société à son égard. Dans ce qui suit nous nous sommes intéressés d'une part à la capacité des femmes à intégrer des réseaux formels ou informels, ainsi que les principaux obstacles et problèmes, notamment ceux qui sont liés à l'environnement à l'image des problèmes d'accès au financement, de discrimination ou encore de manque de confiance en soi.

II.3.1- L'affiliation aux réseaux :

Le réseau relationnel de l'entrepreneur a été identifié par certains chercheurs (Hills 1997 et Singh 1999) comme étant un des facteurs les plus importants dans l'acte d'entreprendre. En affirmant que « *les entrepreneurs qui ont un réseau étendu, en termes de taille, identifient sensiblement plus d'opportunités que les entrepreneurs seuls* »⁴⁷.

Cornillon (2005) a donné la définition suivante du réseau : « *Un réseau est un groupe de personnes avec des intérêts, des valeurs et des objectifs communs, qui se regroupent pour s'aider mutuellement. Un réseau fonctionne sur une logique de gagnant/gagnant avec trois principes clés : un même statut pour tous ses membres (pas de structure hiérarchique), donner et recevoir, se faire mutuellement confiance. Il répond à des besoins économiques, techniques et personnels (besoin d'appartenance, de reconnaissance par ses pairs, d'échanges) et peut avoir une orientation spécifique* »⁴⁸.

Le réseau relationnel est pourvoyeur d'informations qui pourront être transformées en opportunités entrepreneuriales. En effet, (Weick 1979 et Choo 1998)⁴⁹ considèrent l'information comme l'élément essentiel des organisations, puisqu'elle permet de se tenir à jour du changement et même à précéder celui-ci par l'innovation. À ce sujet, K. Eisenhardt

⁴⁷ Hills (1997), cité par A. Chelly, « L'impact du réseau relationnel de l'entrepreneur dans l'identification d'opportunités d'affaires : une étude exploratoire », Ecole des Dirigeants et Créateurs d'entreprise de Paris Observatoire et Centre de Recherche en Entrepreneuriat, Paris, 2009, P 02.

⁴⁸ E. Cornillon (2005), op. Cit, p 71.

⁴⁹ P.A. Julien, « Entrepreneuriat et économie de la connaissance. Une théorie du dynamisme régional endogène par les PME », Congrès de l'Association canadienne des sciences de gestion, Section : PME et entrepreneuriat féminin, Université Laval, Québec, juin 2004, p 05

(1990) explique qu'en raison de l'accélération du changement, il faut recourir à l'information en temps réel, partager celle-ci avec le plus grand nombre de personnes dans l'organisation et dans les réseaux pour finalement la transformer en opportunités et en actions.

Les premières études ayant traité des réseaux sociaux des femmes entrepreneures remontent à la fin des années 80, où une vague d'auteurs⁵⁰ ont noté l'utilité d'affiliation aux réseaux et ses conséquences sur les taux de formation, la survie et la croissance ainsi que l'importance que prennent les réseaux notamment à l'étape de démarrage. Ils ont ainsi conclu que les contacts avec d'autres femmes aux talents semblables constituaient un des facteurs clés permettant de garder confiance en elles et que cet appui pourrait être plus important que le soutien affectif des amis et de la famille et « *les femmes qui aspirent à devenir des inventeurs se sentent moins seules ou anormales et, ce qui est plus important, elles se sentent appartenir à un groupe* » (Cummins, 1990).

Dans leur comparaison des réseaux féminins et masculins, ces auteurs ont relevé la faible présence des femmes au sein des réseaux masculins et la position favorable des femmes à inclure des hommes dans leurs réseaux.

Des études plus récentes ont abouti à des résultats similaires concernant la composition des réseaux. Ainsi, selon Carter (2003), les femmes sont plus souvent dans des réseaux exclusivement féminins et les hommes ont plus tendance à intégrer des réseaux composés entièrement d'hommes.

Pour Welch (1980), les raisons essentielles qui justifient l'existence et le développement des réseaux féminins et la préférence affichée par les femmes quant à l'affiliation à de tels réseaux, sont principalement les suivantes⁵¹ :

- Les hommes ne comprennent pas les problèmes que rencontrent les femmes dans les affaires car ils n'y sont pas confrontés.
- L'attitude négative des hommes face aux femmes dans les situations professionnelles comme les réunions.
- Le réflexe systématique des hommes à former des réseaux informels dont les femmes sont exclues.

En termes d'affiliation et de participation aux réseaux, plusieurs auteurs⁵² soulignent la faible représentation des femmes entrepreneures, souvent par manque d'informations ; en

⁵⁰ (Aldrich, Reese, Dubini, Rosen, et Woodward, 1989), (Rober, Dyke, et Fischer, 1991), (Cummins, McDaniel et Beauchamp, 1990).

⁵¹ M. S. Welch (1980), cite par E. Cornillon (2005), Op. Cit, p 73.

⁵² Ratté (1999), Légaré, OCDE (2000), Orhan et Scott (2001), St-Cyr (2002), Cornet et Constantinidis, Lambrecht et Pirnay (2003).

notant qu'une telle situation les maintient dans un certain isolement et pourrait affecter la croissance de leur entreprise ; alors qu'elles pourraient y trouver des informations utiles et bénéficier d'opportunités, en matière de financement notamment.

Verheul (2002) a tenté d'expliquer cette faible participation des femmes entrepreneures aux réseaux, en concluant qu'elles sont plus susceptibles de recourir à des mentors qui les initient à la profession. Dans la plupart des cas, il s'agit de quelqu'un en dehors de leur organisation, en l'occurrence un homme plus âgé, provenant habituellement de l'entourage familial.

De leur côté, Lambrecht et Pirnay (2003) ont souligné que, tout en reconnaissant l'utilité des réseaux d'affaires, les femmes ont évoqué principalement, le manque de temps et l'absence de confiance dans les organisations et les associations, comme justificatifs à leur faible implication, ainsi que le manque d'adaptation des horaires et modalités de fonctionnement des réseaux existants à leur réalité de femmes.

Les attentes des femmes entrepreneures d'un réseau d'affaires sont diverses et peuvent être classées en deux catégories distinctes. D'un côté, les femmes qui voient les réseaux comme un lieu d'échange entre confrères / consœurs (échange d'expériences, de conseils, d'informations), avec qui on peut créer d'éventuels partenariats ou simplement élargir son réseau de relations. De l'autre, celles qui recherchent des avantages plus tangibles, tels que l'accès à la formation, la possibilité d'élargir sa clientèle et d'améliorer l'image de marque de sa société.

II.3.2- Principaux obstacles et problèmes :

La littérature existante⁵³ fait état d'une diversité d'obstacles, auxquels les femmes entrepreneures se trouvent confrontées tout au long de leurs parcours et qu'elles doivent dépasser pour mener à bien leurs entreprises. Parmi ces obstacles, nous pouvons citer la discrimination inhérente à leur condition de femme, les difficultés d'accès au financement de démarrage et de croissance, la crédibilité de ces femmes est souvent remise en cause à l'extérieur de leur entreprise lors des rapports avec les institutions et les partenaires.

A ce sujet, et lors de la 2ème conférence de l'OCDE sur les femmes entrepreneures à la tête de PME, en novembre 2000, G. Baygan a répertorié les mêmes obstacles et défis : « *La plupart des femmes entrepreneures ont déclaré que le manque de capitaux et de crédits était leur principal problème lors du lancement de leur entreprise, suivi de leur méconnaissance des méthodes susceptibles de stimuler l'expansion de leur entreprise,*

⁵³ Les travaux de : Allen & Truman (1993), Adler & Izraeli (1994), T. Lighthstone, Moore, Hisrich (1997), Maysami et Gobi (1999), Still et Linehan (2000);

autrement dit elles manquent de savoir-faire dans le domaine financier et en matière de gestion, à quoi s'ajoutent des problèmes d'accès aux réseaux et aux marchés extérieurs. »⁵⁴

a- L'accès au financement :

L'obstacle majeur, qui revient d'une manière récurrente et auquel les femmes entrepreneures se trouvent souvent heurtées est l'accès au financement, notamment au crédit bancaire. Plusieurs questions de recherche relatives aux conditions d'octroi et à la perception des organismes de crédits des demandeurs masculins et féminins, pour établir une éventuelle discrimination liée au sexe de l'entrepreneur ont été abordées, et auxquelles les études réalisées ont tenté d'apporter des réponses. Des résultats plus ou moins contradictoires ont été avancés.

Orser (1995) n'a indiqué aucune différence dans le taux de rejets de prêts ou de toutes autres mesures objectives de limite de crédit entre les femmes et les hommes. De leur côté, Rosa et Carter (1994) ont noté que même si les difficultés rencontrées par les femmes pour obtenir des prêts bancaires est un problème fréquemment observé, elles ne font pas forcément l'objet d'une discrimination particulière liée au genre. Très souvent, elles évoquent ce frein sans même avoir demandé le crédit.

Dans leur synthèse des études réalisées aux USA auprès d'entrepreneurs masculins et féminins et dont les entreprises présentent des caractéristiques plus ou moins semblables, P.G. Greene et al (2004) ont noté que les résultats n'ont montré aucune différence dans les modalités et les conditions du financement bancaire et de la qualité globale du rapport dans les opérations bancaires. Les difficultés pour trouver du financement semblent bien plus liées aux secteurs d'activité choisis qu'au fait d'être une femme. Lavoie (1984) a signalé que les femmes entrepreneures recourent plus souvent aux fonds personnels qu'au financement bancaire et ce contrairement à leurs homologues masculins. Selon Marlow (1997), les femmes entrepreneures sous-évaluent les besoins de trésorerie de départ, ce qui engendre des difficultés financières parfois très longtemps après la création. Par conséquent, elles ne peuvent satisfaire aux critères d'octroi de crédits des établissements financiers.

Pour montrer que l'accès au financement bancaire constitue un obstacle majeur pour les femmes entrepreneures, comparativement à leurs homologues masculins, Orser, Foster et Grant (1992) en sont arrivés à la conclusion que; « *La recherche suggère également que les femmes propriétaires d'entreprise sont en particulier désavantagées quand elles présentent*

⁵⁴ Baygan (2000), cité par P. Day-Hookoomsing, « La situation de la femme entrepreneur face à la nouvelle donne économique à l'île Maurice », 6^o Congrès international francophone sur la PME (CIFPME), HEC Montréal, Octobre 2002, P 14

une demande de prêt alors que les critères supposément « objectifs » sont appliqués de manière « subjective » au détriment de la femme entrepreneure. »⁵⁵. Alors que Lighstone (1997) a procédé à l'exploitation des données statistiques relatives au Canada, dans le but de montrer l'ampleur des disparités entre les hommes et les femmes entrepreneures dans les taux de refus des prêts. Il note ainsi «... que le taux de refus des prêts reste plus élevé pour les entreprises dont les propriétaires sont des femmes (23%) par rapport aux hommes (14 %)Même si, la disparité est plus tenue que dans l'étude de 1996, alors que les femmes propriétaires se voyaient refuser leurs demandes à 29 % contre 16 % pour les entreprises détenues par des hommes»⁵⁶.

b- La discrimination :

Pour ce qui est d'une éventuelle discrimination liée au sexe, Glass (1991) a mentionné que les différences de traitement liées au sexe concernant l'accès au financement n'ont pas été démontrées. Il n'existerait aucune discrimination fondée sur le sexe, dans les perceptions des entrepreneurs, quant à des problèmes d'emprunts bancaires, d'obtention de crédit auprès des fournisseurs et de collecte de fonds auprès des investisseurs.

Carter et Rosa (1998)⁵⁷ ont étudié la possibilité de discrimination comme facteur dans le refus du crédit pour les hommes et les femmes entrepreneures. Les refus de crédits concernent et les hommes et les femmes entrepreneures, mais les raisons des refus sont différentes: Les hommes ont vu leur demande de crédit refusé, en raison de la faiblesse du niveau de formation, ou plutôt pour des considérations relatives au secteur d'activité choisi. Alors que pour les femmes, le refus est dû au manque d'expérience dans la gestion des entreprises et de leurs charges domestiques.

c- Le manque de confiance en soi :

Le manque de confiance en soi, de légitimité et de crédibilité se pose également comme obstacle spécifique aux femmes entrepreneures, en raison de leur sexe. Elles ont notamment l'impression de devoir travailler plus dur et faire leurs preuves, pour pouvoir être acceptées comme entrepreneures ou dirigeantes de la part de son environnement (clients, fournisseurs, institutions,...). Ce constat fait dire à Aldrich et Fiol (1994) que la problématique des entreprises qui appartiennent à des femmes se présente sous la forme d'un

⁵⁵ Orser, Foster et Grant, (1992), cité par B. Sheila (2002) (sous sa direction), « Les femmes entrepreneurs au Canada dans les années 90 », rapport de la Banque de Développement du Canada, université Mount Saint Vincent 2003, p70

⁵⁶ Lightstone (1997), Cité par F. Rachdi, Op.Cit, p 13.

⁵⁷ P.G. Greene, E.J. Gatewood, C. Brush, N.M. Carter (2003), Op. Cit, p 12.

dilemme : « *La tension s'établit entre le besoin de paraître similaires aux autres pour établir une légitimité et le désir d'être différentes pour garantir un avantage compétitif* »⁵⁸.

A ce sujet, Voici la conclusion de l'équipe de recherche de la Banque Canadienne de Développement (2002), sur la situation des femmes entrepreneures canadiennes dans les années 90 : « *...l'obstacle lié au sexe était d'une autre nature et portait en fait sur la perception qu'ont les femmes d'elles-mêmes. Elles ont dit douter de leurs capacités en affaires et de leurs aptitudes dans les négociations, éprouver des difficultés à prendre des décisions, ne pas bien connaître les programmes d'aide gouvernementale, manquer d'assurance dans la gestion du personnel, en plus de se sentir stressées* »⁵⁹.

Ce manque de crédibilité a été soulevé par Hisrich et Brush (1986) qui ont tenté d'expliquer la difficulté pour les femmes d'accéder au capital de démarrage de leur entreprise. Selon ces auteurs, les femmes entrepreneures manquent généralement de compétences dans le domaine de la gestion et ont rarement occupé des postes de responsabilités dans le domaine financier, ce qui se traduit par des difficultés pour négocier avec leur banquier. Par conséquent, les femmes entrepreneures doivent souvent faire co-signer les contrats par leur mari, faire appel à un co-proprétaire ou utiliser des ressources ou économies personnelles.

De son côté, St Cyr (1991) a indiqué que c'est dans le domaine du crédit que le manque de crédibilité des femmes entrepreneures se manifeste le plus. Il a ainsi soulevé que plusieurs femmes se sont dites victimes de discrimination de la part des institutions financières qui ne croyaient pas en leurs capacités ou les ont traité avec un manque de sérieux.

Hookoomsing (2002)⁶⁰ a relevé deux catégories d'obstacles : celle ayant trait à la femme elle-même et celle ayant trait à l'environnement dans lequel elle évolue. D'abord, les femmes manquent de confiance en elles-mêmes, elles sont désavantagées à cause du poids des responsabilités attachées à leur double rôle d'épouse / mère et d'entrepreneure. Puis elles ont plus de difficulté à négocier avec les hommes et à faire respecter les normes de qualité dans le travail. Ensuite, il y a des problèmes liés aux préjugés en ce qui concerne le comportement acceptable de la part d'une femme : par exemple, inviter un client à un déjeuner ou dîner d'affaires est toujours mal vu dans certains milieux. Il y a aussi plus de pression sur une femme dans la poursuite de sa réussite professionnelle, car elle doit fournir de plus grands efforts et faire preuve de plus d'aptitude et de potentiel que les hommes dans la même situation.

⁵⁸ B. Amrhar (2001), Op. Cit, p 19.

⁵⁹ B. Sheila (2002) (sous sa direction), Op. Cit, p96.

⁶⁰ P. Day-Hookoomsing (2002), Op. Cit, p11.

Dans le cas spécifique de la reprise d'une entreprise familiale, Constantinidis et Cornet (2006)⁶¹ ont noté que les filles qui reprennent l'entreprise vont souvent devoir faire face à des conflits avec des employés ne faisant pas partie de la famille, notamment avec les hauts cadres ayant occupé des responsabilités importantes depuis la création de l'entreprise, qui estiment qu'elles ne puissent pas être à la tête de l'organisation.

D'autres problèmes ont été relevés qui sont surtout liés aux conflits entre vie privée et vie professionnelle⁶², dans la mesure où les femmes doivent partager leur temps entre les deux sphères. Par conséquent, cette disponibilité réduite les empêche de suivre des formations, de participer à des réseaux professionnels, ... aussi les habilités managériales semblent également être un obstacle pour les femmes entrepreneures. A ce sujet, Lee-Gosselin et Grisé (1990) ont noté que les femmes se considèrent comme aptes en négociation et en idées, mais éprouvent des faiblesses en finance, marketing et en gestion. Ces appréhensions expliquent en particulier le choix des secteurs, étroitement lié aux expériences passées qui se déroulent souvent dans le domaine de l'administration, du secrétariat et de l'éducation.

Conclusion :

La revue de littérature présentée dans ce chapitre, appuyée par la présentation des principaux résultats des études empiriques, a permis de mettre le point sur la rareté des travaux portant sur l'entrepreneuriat féminin, dont la genèse remonte aux années 70.

Cette revue de la littérature nous a permis également d'établir un cadre d'analyse théorique qui fait la synthèse des éléments déterminants, que nous devons prendre en considération dans la partie pratique. Trois niveaux se dégagent : l'entrepreneure (ses caractéristiques personnelles et son parcours socioprofessionnel), son entreprise (caractéristiques organisationnelles) et l'environnement qui l'entoure, c'est-à-dire le relationnel.

Au niveau individuel, nous avons mis l'accent sur la personne derrière l'entrepreneure. Cette dernière paraît être une femme jeune qui dispose d'un niveau de scolarité au-dessus de la moyenne et qui est surtout préoccupée par sa famille. Sa motivation de se lancer en affaires est inspirée par plusieurs facteurs et elle perçoit l'entrepreneuriat comme une solution qui lui permet d'atteindre l'équilibre entre ses aspirations de femme et ses ambitions professionnelles.

⁶¹ Ch. Constantinidis et A. Cornet, « Les femmes repreneuses d'une entreprise familiale : difficultés et stratégies », Cahier de recherche n° 200608/04, école de gestion de l'université de Liège, 2006, P 08.

⁶² Notamment les travaux de (Richard & Burke, 2000 ; Collerette, 1990 ; Gosselin et Grisé, 1990, Pellegrino et Reece, 1982 ; Longstreth , 1987 ;Honig, Haftel et Martin, 1986 ; Neider, 1987 ; Brush, 1990 ; Lavoie, 1991).

Au niveau organisationnel, sa réalité féminine et ses habilités professionnelles semblent conditionner son choix du secteur d'activité, la taille de son entreprise, ses ressources humaines et financières, ses objectifs, ainsi que les pratiques de gestion qu'elle développe.

Au niveau relationnel, la littérature est souvent orientée vers les principaux obstacles que la femme entrepreneure doit surmonter, pour mener à bien son projet. La difficulté d'accès au financement, le manque de crédibilité et de légitimité, le manque de confiance en soi, et la discrimination, qui sont autant de problèmes, pour la femme entrepreneure dans ses relations avec les partenaires (clients, fournisseurs, institutions,...). L'intégration des réseaux professionnels (associations, organisations professionnelles,...) est également un thème souvent évoqué dans les écrits traitant le thème de l'entrepreneuriat féminin.

Ce cadre d'analyse, s'il répond aux principales préoccupations relatives à l'entrepreneuriat féminin, présente néanmoins des limites. Comme nous l'avons déjà souligné, la plus flagrante de ces limites est la régionalité des résultats. En effet, la plupart des recherches ont été réalisées dans des pays développés, à quelques exceptions près. Ainsi, les préoccupations des chercheurs sont conditionnées par leur environnement et l'une des pistes de recherche est d'explorer de nouvelles dimensions de l'entrepreneuriat féminin dans d'autres pays à travers le monde.

CHAPITRE III : PRESENTATION ET ANALYSE DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ EN ALGERIE ET A BEJAIA

Introduction :

L'économie algérienne a amorcé depuis la fin des années 80 un mouvement de libéralisation, passant de l'économie planifiée à l'économie de marché. Cette nouvelle orientation de la politique économique vers l'économie libérale a consacré le principe de la libre création d'entreprises, c'est-à-dire la promotion de l'esprit d'entreprendre et l'encouragement de l'initiative privée. Cette logique vise d'un côté à pallier aux limites du secteur public, et de l'autre côté à mettre de la pression sur les entreprises publiques en activité par l'intermédiaire de la concurrence pour les ramener à un niveau de performance assez appréciable.

Dans cette nouvelle orientation, l'élément humain constitue un facteur déterminant, pour faire face aux multiples exigences en matière de compétitivité et de concurrence, surtout dans un contexte économique international caractérisé par une mondialisation accrue. L'analyse du rôle de la femme dans ce nouveau contexte trouve ici tout son fondement.

De tout temps, les femmes algériennes ont participé au soutien économique de leur famille et de leur communauté soit par leur travail formel ou informel et principalement le travail de production domestique ou le travail agricole. Mais depuis quelques années, elles sont de plus en plus nombreuses à investir dans le marché de l'emploi ou à développer une activité économique rémunératrice, par la création et la gestion de petites et moyennes entreprises.

Le présent chapitre se veut justement un essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin, à travers la création de PME sur le territoire national et sur celui de la wilaya de Bejaia en particulier. Néanmoins, et avant d'aborder cette analyse, nous avons estimé nécessaire de présenter la condition de la femme en Algérie qui est un segment fondamental à travers ses aspects sociaux, juridiques, politiques et économiques.

I. La place de la femme dans la société algérienne : Données et évolutions :

I.1- Aperçu général sur le contexte législatif :

La constitution algérienne stipule dans son article 29 que « *Les citoyens sont égaux devant la loi, sans que puisse prévaloir aucune discrimination pour cause de naissance, de race, de sexe, d'opinion ou de toute autre condition ou circonstance personnelle ou sociale* ». En vertu de cet article, le principe de non discrimination et même d'égalité entre les deux sexes

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

y est consacré. Ainsi, une femme algérienne peut jouir de droits égaux à ceux des hommes dans la vie publique (participation politique, travail, santé, éducation). Mais pourra-t-elle jouir de cette égalité devant la loi dans son couple ou dans sa famille ? Nous allons donner un aperçu succinct sur le dispositif des lois qui touchent aux principaux domaines ayant un impact direct sur l'amélioration du statut et de la condition des femmes algériennes.

I.1.1- Les droits politiques :

Le droit de voter et d'être élue est garanti à la femme par la constitution et le code électoral dans les mêmes conditions que l'homme. Toutefois, le droit de vote jusqu'en 1991 pouvait être délégué à l'époux ou à tout homme de la famille qui pouvait voter pour la ou les femmes de sa famille, en présentant simplement leur carte d'électrice (ou leur seule carte d'identité). Cette délégation d'un droit individuel n'allait plus être autorisée. Elle sera abrogée par un arrêt du 28 octobre 1991 par le conseil constitutionnel. Les femmes devaient désormais exercer individuellement leur droit de vote, ou établir une procuration en bonne et dû forme auprès de l'institution désignée.

I.1.2- Les droits économiques et sociaux

Concernant le droit au travail, l'article 55 de la Constitution consacre à tous les citoyens le droit au travail. La législation algérienne du travail consacre une égalité de traitement et de rémunération entre une femme et un homme qui travaille. Ainsi, la loi 90-11 du 21 avril 1990 (toujours en vigueur), dans ses articles 6, 17 et 84 : Les travailleurs ont droit « *au respect de leur intégrité physique et morale et de leur dignité* » et « *à une protection contre toute discrimination pour occuper un poste autre que celle fondée sur leur aptitude et leur mérite* ». Article 17 « *Toute disposition prévue au titre d'une convention ou d'un accord collectif ou d'un contrat de travail de nature à asseoir une discrimination quelconque entre travailleurs en matière d'emploi, de rémunération ou de condition de travail, fondée sur l'âge, le sexe, la situation sociale ou matrimoniale, les liens familiaux, les convictions politiques, l'affiliation ou non à un syndicat, est nulle et de nul effet* ». Article 84 : « *Tout employeur est tenu d'assurer pour un travail de valeur égale l'égalité de rémunération entre les travailleurs sans aucune discrimination* ».

Par ailleurs, la loi assure également une bonne protection sociale des femmes travailleuses (congés de maternité, droit à des heures d'allaitement, interdiction faite aux employeurs d'employer les femmes à des travaux pénibles ou insalubres, régimes de retraite avantageux etc...). Concernant le droit à l'éducation, l'article 53 de la Constitution garantit un égal accès des deux sexes à l'enseignement gratuit et obligatoire jusqu'à l'âge de 16 ans.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

I.2- Filles et éducation :

L'obligation de scolarisation des enfants âgés de 6 à 14 ans et les efforts déployés par l'Etat depuis l'indépendance dans le secteur de l'éducation se sont traduits par des résultats relativement satisfaisants au regard du rythme élevé d'accroissement démographique que la population algérienne a connu au cours des décennies 1960, 1970 et 1980 et de la situation de départ, en termes de niveau de scolarisation de la population et surtout des femmes, à l'indépendance.

Ainsi, la part des dépenses globales affectées à ce secteur s'élève à 4,6% du PIB en 1974, passant à 9,9% du PIB en 1990. Elle baissera sensiblement au milieu des années 90 (7,5% du PIB en 1994) avec une part de 5,8% en 2004. La part des dépenses d'équipement et de fonctionnement (y compris les dépenses relatives aux bourses, présalaires et subventions aux cantines scolaires) de ce secteur dans le budget de l'Etat atteint le pic de 24% en 1971, passant à 22,6 en 1994 et à 18,4 en 2004.

Les résultats de ces efforts se sont traduits donc par un accroissement progressif du taux de scolarisation des enfants. Dans l'ensemble, et pour les enfants de 6 à 13 ans, ce taux est passé de 70,40 % en 1977 à 79,86 % en 1987 et a dépassé 94 % en 2006. Il était de 47 % en 1966, comme le montre le tableau n° 6

Tableau n° 6 : Evolution des taux de scolarisation des enfants âgés de 6 à 13 ans (1966 - 2006)

	1966	1977	1987	1998	2006
Filles	36,90	59,60	71,56	80,73	93,5
Garçons	56,80	80,80	87,75	85,28	95
Ensemble	47,20	70,40	79,86	83,05	94,3

Source : RGPH (de 1966 à 1998) & données de l'ONS (2006).

I.2.1- La population féminine et l'accès à l'éducation

De façon générale, au sein des générations post- indépendance, filles et garçons ont été scolarisés environ au même rythme, mais avec cependant quelques disparités entre le milieu rural et urbain. Notamment dans les zones enclavées pauvres où les écoles se trouvent éloignées des lieux d'habitation. A la fin de la décennie 1990, on atteint quand même, au niveau national, un taux de scolarisation des filles de 87% (1999/2000). Elles deviendront progressivement presque aussi nombreuses, sinon plus, que les garçons dans le cycle secondaire (enseignement général- lycée) et dans le cycle du supérieur en raison de leur meilleur taux de réussite dans les études et d'un taux de redoublement et d'abandon scolaire moins élevé que chez les garçons (29% de taux d'abandon scolaire pour les filles à la fin de la terminale, par exemple, contre 34% pour les garçons pour l'année 1998/1999).

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Ainsi, le taux de scolarisation des filles de 6 à 14 ans a connu une évolution plus rapide que celui des garçons. Il passe de 59,60% en 1977 à 80,73% en 1999, pour atteindre 93,5% en 2006. Alors qu'il ne dépassait pas 37% en 1966.

Pour la tranche d'âge 16 – 19 ans (Lycée), il y a lieu de signaler que la scolarisation devient de plus en plus favorable aux filles : 133 filles pour 100 garçons en 2004/2005 contre 112 en 2001/2002 et 102 en 1999/2000, alors qu'il était de 76.55 en 1990/1991.

Cette tendance serait liée aux taux d'abandon et de redoublements plus inférieurs chez les filles (ministère de l'éducation nationale, 2005). Parallèlement, le taux de réussite dans les différents examens de fin de cycles, qui sont de plus en plus en faveur des filles comme le montre le tableau n° 7.

Tableau n° 7 : Les taux de réussite par sexe et par cycle en Algérie

Année	Taux de réussite (%)	Garçons	Filles
Cycle primaire (6^{ème} année fondamental)			
1995/1996	79,54	77,49	82,10
2004/2005	79,49	76,21	83,17
Cycle moyen (9^{ème} année fondamental)			
1995/1996	47,31	42,21	53,54
2004/2005	47,48	43,97	50,56
Secondaire (baccalauréat)			
1995/1996	19,63	18,27	20,93
2004/2005	42,47	39,26	44,54
2006		36,01	63,99

Source : Ministère délégué chargé de la famille et de la condition féminine, 2007, p 23

I.2.2- L'analphabétisme :

Le taux d'analphabétisme qui touchait, au lendemain de l'indépendance, 90 % de la population, a connu une baisse progressive, comme le montre la figure n° 3 (page 72), en passant de 74,6% en 1966 à 22,1% en 2008. Mais il demeure relativement élevé pour les hommes (15,5%), et très élevé pour les femmes (28,9%). Ainsi, les disparités femmes/hommes en matière d'alphabétisation, même si elles s'atténuent progressivement, les taux d'analphabétisme demeurent bien plus élevés chez les femmes que chez les hommes.

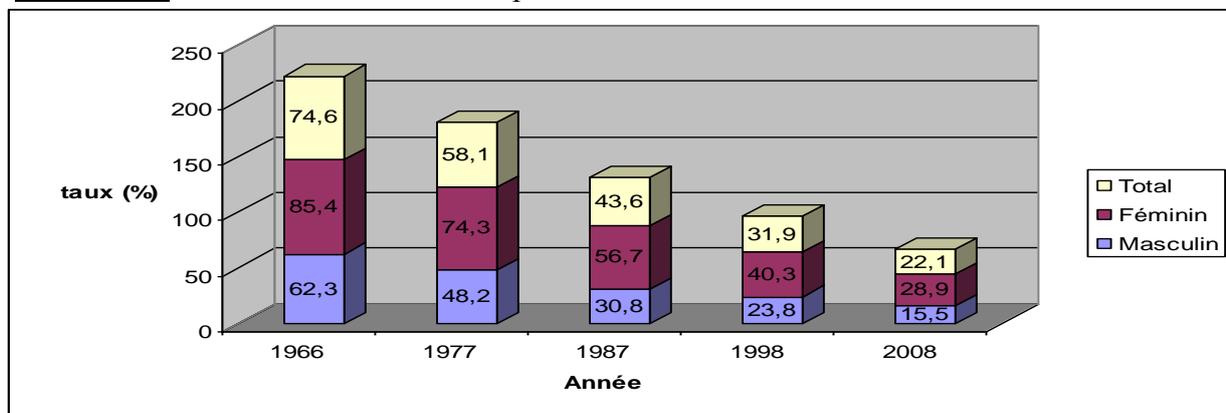
Mais l'analphabétisme touche les femmes appartenant surtout à la tranche d'âge 40 ans et plus. En 1998, le taux d'analphabétisme pour cette catégorie était de 40,3% (23,6% pour les hommes), soit 4 492 491 personnes de sexe féminin contre 2 679 800 pour la population de sexe masculin. En effet, plus les femmes sont âgées et plus la fréquence de l'analphabétisme demeure élevé.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Les données de l'enquête « degré d'adhésion aux valeurs égalitaires dans la population algérienne adulte »¹ confirment ce lien en montrant que le taux d'analphabétisme des femmes de 18 ans était de 47% et il grimpe très fortement quand on s'intéresse aux *parents* de ces enquêtés, mais il baisse aussi en fonction de l'âge. Ainsi, par exemple, le taux d'analphabétisme des *mères* des enquêtés de moins de 20 ans (entre 18 et 19 ans) se situait autour de 58%, alors qu'il atteint rapidement 97% pour les mères de ceux âgés entre 45-49 ans.

Cette baisse des taux d'analphabétisme, pour les deux catégories d'enquêtés cache des disparités entre le milieu rural et le milieu urbain. A titre d'exemple, en 2002, et pour les femmes ce taux était de 26,6% en zone urbaine et de 47% en zone rurale, ce qui nécessite des actions ciblées dans de telles zones afin de réduire cet écart considérable.

Figure n° 3 : Evolution du taux d'analphabétisme selon le sexe



Source : troisième et quatrième rapports périodiques de l'Algérie sur la mise en œuvre de la convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, Mai 2000.

I.3- L'enseignement supérieur :

L'enseignement supérieur a connu également une évolution quantitative remarquable depuis l'indépendance du pays. Les effectifs étudiants, le nombre d'enseignants, notamment ceux du sexe féminin témoignent de cette évolution.

I.3.1- Evolution de l'effectif féminin dans l'enseignement supérieur:

Le tableau n° 8 (page 73) reprend quelques indicateurs de la présence féminine dans l'enseignement supérieur. Il fait apparaître que les effectifs de la graduation ont plus que quintuplé durant la période 1990 -2005. Ainsi, le nombre des étudiantes est passé de plus 77 900 étudiantes en 1990-1991, sur un total de plus de 197 500 inscrits, à plus de 208 500 étudiantes en 1999-2000. L'effectif global des inscrits en graduation avoisinait, à cette date, 408 000 étudiants. Pour l'année universitaire 2004-2005, l'effectif des étudiantes inscrites en

¹ I. Hayef (sous sa coordination), « Degré d'adhésion aux valeurs égalitaires dans la population adulte algérienne », rapport final de l'enquête, Collectif 95 Maghreb-Egalité, octobre 2001.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

graduation a atteint 415 242 étudiantes sur un total de 721 833 étudiants. Ce qui représente un taux de féminisation passant de 39,5% en 1990-1991 à 51,1% en 1999-2000 et puis à 57,5% en 2004-2005. Durant toute la période allant de 1962 à 1990, l'effectif global des inscrites en graduation est passé de 576 étudiantes, sur un effectif global de 2 725 étudiants, à 64784 étudiantes sur un effectif total de 181 350 étudiants.

Cependant, il y a lieu de noter que les sciences sociales et humaines est la filière où la présence des filles est la plus élevée, avec près de 71% en 2005, et ce au détriment des autres spécialités telles que les sciences techniques (12,7%), les sciences naturelles (8,8%) et les sciences médicales (7,5%).

Pour ce qui est de la post graduation, les effectifs ont presque doublé durant la période (1990- 2000) passant de plus de 4 100 étudiantes en 1990-1991, sur un total de l'ordre de 14 850, à presque 7 700 en 1999-2000. L'effectif global d'inscrits en post graduation était, à cette date, de plus 20 800 étudiants. Le taux de féminisation, est passé de 36,7% à 43,6%, entre 2000 et 2005, alors qu'il était de 27,7% en 1990.

Les filières « sciences sociales et humaines » et « les sciences exactes et de la technologie » ont enregistré les taux de féminisation les plus élevés, avec respectivement 37,1% et 31,3%, pour l'année universitaire 2004/2005. Alors que pour « les sciences médicales », ce taux est de 21%.

Tableau n° 8: Principaux indicateurs de l'enseignement supérieur en Algérie (2000 – 2005)

Année universitaire	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05
Inscrits en graduation	466 084	543 869	589 993	622 980	721 833
Dont filles	245 244	293 652	326 933	347 374	415 242
Part des Filles (%)	52,62	53,99	55,41	55,76	57,53
Diplômes graduation	65 192	72 737	77 972	91 830	100 000
Dont filles	37 195	41 154	44 343	56 127	61 000
Part des Filles (%)	57,05	56,58	56,87	61,12	61,00
Post Graduation	22 533	26 034	26279	30221	33628
dont filles	8 792	10 413	11667	13038	14670
Part des Filles (%)	39,02	40,00	44,40	43,14	43,62
enseignants permanents	17 780	19 275	20769	22650	25203
dont enseignantes	4806	5 398	6457	7309	8585
Part des Femmes (%)	27,03	28,01	31,09	32,27	34,06

Source : établi à partir du rapport national sur les objectifs du millénaire pour le développement, 2005

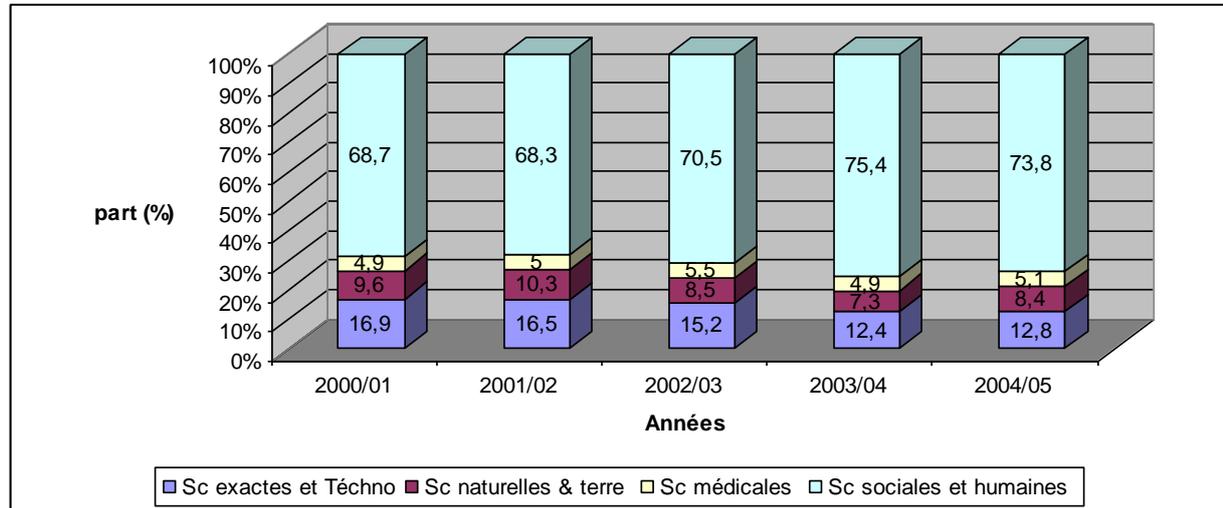
I.3.2- Les taux de réussite :

Le nombre de diplômées durant la décennie 1990- 2000, sont de l'ordre de 170 900 sur un total de presque 354 400 sortants; soit 48,2% de l'ensemble. Ceci représente une moyenne annuelle de presque 17 100 diplômées.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Ceux de la période 2000-2001 à 2004-2005 ont atteint un effectif de l'ordre de 239500 diplômées sur un effectif global de quelques 408 000 sortants; soit un taux de féminisation de 58,7% représentant une moyenne annuelle de presque 47900 sortantes. La structure des diplômées par filières fait apparaître une nette prédominance des sciences sociales et humaines y compris les lettres et les langues étrangères, tel qu'illustré par la figure n° 4 ci-dessous.

Figure n° 4 : Evolution des diplômées par filières (2000 – 2005)



Source : établi à partir des données du tableau n°8

L'ensemble de ces tendances ont fait dire à Hayef (2002) que « *Le rythme d'accroissement de l'instruction des filles a été important en Algérie et est à l'origine de plusieurs changements dans plusieurs domaines de la vie économique et sociale. Ainsi, par exemple, la chute de l'accroissement démographique à partir de la fin des années 1980, est pour une bonne partie imputable à l'élévation du niveau d'instruction de la population en général, et surtout des femmes en particulier. Le mouvement de nucléarisation de la famille en est aussi une conséquence. L'élévation de l'instruction des femmes est également à l'origine de l'augmentation de la demande de travail des femmes dont le rythme dépassera celui des hommes à partir des années 1990* »².

I.4- L'emploi féminin en Algérie :

A l'indépendance le taux d'activité des femmes était faible. Elles étaient essentiellement occupées dans les zones rurales. Un peu moins de 50 ans après, la situation s'est fortement modifiée. Non seulement le taux d'activité augmente fortement mais la structure de cette

² I. Hayef, « Intégration de la femme algérienne dans le processus de développement », note de synthèse, Juin 2002, page 09.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

activité subit aussi des transformations, même si le taux d'activité des femmes demeure encore un peu moins élevé par rapport à d'autres pays, à l'image de la Tunisie et le Maroc.

À présent, nous allons tenter d'examiner l'ensemble des données liées à l'emploi féminin : la population active, la population occupée, ainsi que les caractéristiques du chômage féminin.

I.4.1- Population active :

La population active, telle que définie par le Bureau International du Travail (B.I.T) se compose :

- des occupées, ou personnes en âge de travailler (15 ans et plus) et exerçant une activité en contre partie d'une rémunération en argent ou en nature (activité marchande).
- des chômeurs ou personnes en âge d'activité (16 à 59 ans), sans travail et recherchant effectivement un emploi.

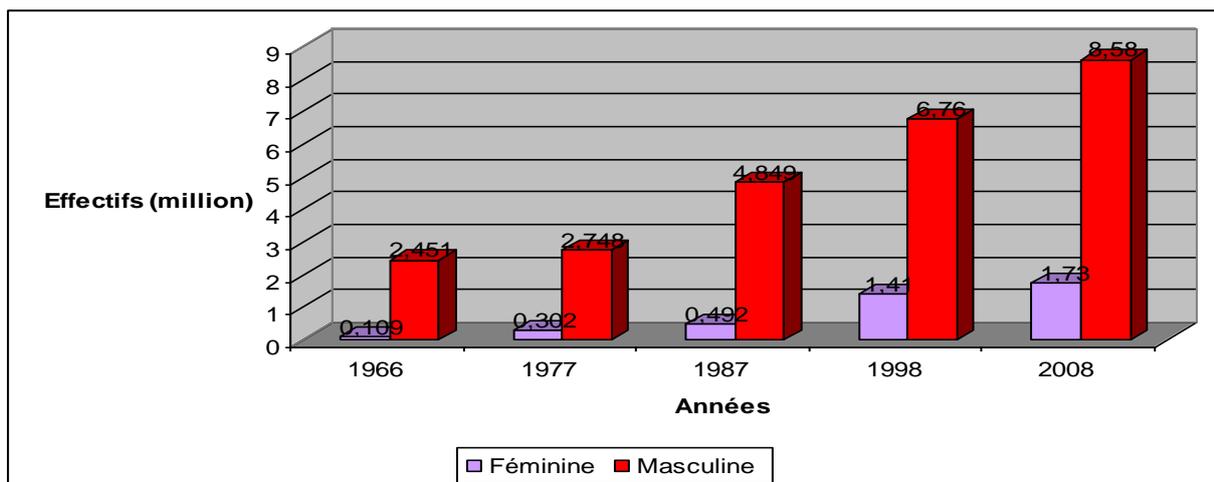
a- Données et évolution :

La figure n° 5 (page 76), qui retrace l'évolution de la population active féminine, montre que celle-ci est passée de 109.000 en 1966 à 1,41 millions en 1998 et 1,73 millions en 2008. Cette évolution est plus rapide que celle de la population féminine totale, qui a été multipliée par trois durant la période (1966 – 2008), en passant de 5,638 millions à 17,22 millions en 2008.

Il y a lieu de noter également que pour la période (1966 – 2008), et en comparaison avec la population active masculine, la population active féminine a enregistré une évolution nettement plus supérieure. En effet, le nombre de femmes actives a été multiplié par 15 durant cette période, contre 2,5 pour les hommes.

Cependant, cette nette évolution dans le volume de la population active féminine ne doit pas donner lieu à des interprétations erronées, qui mettent l'accent sur des valeurs absolues, pour en juger du niveau de l'activité féminine ; puisque la part des femmes dans la population active totale ne représente que 16,8 % en 2008, ce taux était de 9,2 % en 1987 et de 4,3 % en 1966. (Annexe II.1)

Figure n° 5 : Evolution de la population active féminine en Algérie (1966 – 2008)



Sources : RGPH (1966 – 2008)

Le taux de participation des femmes, qui exprime le rapport entre la population active et la population en âge de travailler, et qui n'était que de 3,85% en 1966 a connu une évolution continue caractérisée principalement par une augmentation régulière de 2,5 points environs tous les 10 ans, pour réaliser un bond de plus de 8 points entre 1987 et 1998. Cependant après avoir atteint ce pic, il revient en 2001 à un niveau plus conforme au trend précédent (13,4%), pour se stabiliser autour de 15% durant la dernière décennie. Son accroissement a été plus rapide que celui des hommes. On notera également que le taux de chômage féminin, qu'on traitera un peu plus loin a été multiplié par cinq entre 1987 et 1996 (taux annuel moyen de croissance de 21%). Là aussi, il a cru plus rapidement que celui des hommes (voir annexe II.1).

b- Principales caractéristiques :

Selon les données de l'enquête emploi et chômage (ONS 2008), la population active féminine est composée dans sa grande majorité des habitantes du milieu urbain. En effet, plus de deux tiers (71,9%) de l'ensemble de la population féminine active résident en milieu urbain. L'âge moyen des femmes actives est de 33 ans ; il est de 34 ans pour les femmes du milieu urbain et de 33 ans pour celles des zones rurales.

La situation matrimoniale est aussi un paramètre qui influe sur l'activité marchande des femmes dans la mesure où les plus fortes proportions d'actives sont enregistrées par les femmes divorcées ou séparées. Plus du tiers (35,2%) des femmes divorcées ou séparées, en âge de travailler, sont actives alors que les parts des actives sont de 17,0% pour les célibataires et de 12,8% pour les femmes mariées. Si pour les célibataires, on peut penser qu'il s'agit de jeunes femmes qui ne se présente pas très jeunes sur le marché de travail, on ne peut que s'interroger

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

sur la faiblesse de la proportion des actives pour les femmes mariées. Le mariage constitue-t-il une entrave pour l'activité professionnelle des femmes?

L'instruction est un autre facteur qui favorise la présence de la femme sur le marché de travail. Elle constitue le facteur le plus influent de l'activité féminine. Plus leur niveau d'instruction augmente plus les femmes sont actives. En effet, les femmes ayant un niveau universitaire représentent près de 40% des actives (42,5% dans le milieu urbain et 28,5% en milieu rural) ; alors que sur l'ensemble des femmes sans instruction seules 8,5% sont actives.

I.4.2- Population féminine occupée :

a- Données et évolution :

La population féminine occupée qui n'était que de 95 000 en 1966, a dépassé largement un million en 2008, elle a été ainsi multipliée par 15 durant cette période. Avec un taux d'évolution annuel moyen de 6,65%, la population féminine occupée a évolué plus rapidement que la population occupée totale et masculine (Tableau n° 9).

Bien qu'elle soit en progression régulière, la part des femmes du total des occupés demeure toutefois faible. Alors qu'elles représentaient 6,16 % en 1977, elle est passée à 9,67 % en 1987 puis à 18,5% en 2008.

Tableau n° 9 : Evolution de la population occupée par sexe en Algérie (1966 – 2008)

		1966	1977	1987	2008
Population occupée	M	1 625 000	2 242 000	3 773 000	7 718 000
	F	95 000	138 000	365 000	1 428 000
	Total	1 720 000	2 380 000	4 138 000	9 146 000
Taux d'occupation (%)	M	27,91	28,84	33,02	43,92
	F	1,68	1,75	3,27	8,29
	Total	15,01	15,21	18,31	26,28
Part des femmes dans la population occupée totale (%)		5,85	6,16	9,67	18,50

Source : RGPH (1966 – 2008)

b- Principales caractéristiques :

En tant que composante de la population active dont elle représente plus de 80% en 2008, la population féminine occupée est le reflet de la population active féminine. En effet, les données de l'enquête emploi et chômage (2008) confirment qu'au même titre que la population active, la population féminine occupée est plus présente en milieu urbain où elle représente 90,27%. Les plus fortes proportions de femmes occupées sont enregistrées dans la tranche d'âge qui se situe entre 20 et 44 ans.

Globalement, les plus fortes proportions sont enregistrées par les femmes occupées qui exercent en tant que salariées permanentes (40 %) ou en tant qu'indépendantes (29 %). Les

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

femmes salariées permanentes sont beaucoup plus présentes dans l'urbain où elles représentent 46% du total des occupées de ce milieu de résidence.

Dans les zones rurales, les indépendantes et la catégorie des aides familiaux constituent les principales composantes de la population féminine occupée³. Ce constat fait dire à Souaber⁴ (2005) ce qui suit : « *Les solutions susceptibles d'accroître la participation de la femme à l'activité économique du pays doivent tenir compte des particularités liées au milieu de résidence* »

Peu d'informations sont disponibles quant au travail à domicile qui se rapporte généralement à des activités traditionnelles (coutures, broderie, tapisserie, artisanat, pâtisserie...) mais aussi au travail domestique (ménage, garde d'enfants,...). A ce sujet, K. Boutaleb (2003) a souligné qu'il progresse rapidement puisque le nombre des femmes concernées est passé de 42 000 en 1977 à 100.000 en 1987 puis à 163 000 en 1992 selon les données de l'ONS. Il a noté que cette catégorie n'a quasiment aucun niveau d'instruction et se trouve souvent dans l'obligation de subvenir aux besoins de leur familles (maris souvent au chômage).

L'administration est le secteur qui emploie le plus grand nombre de femmes, particulièrement au sein de la santé et de l'enseignement. Les données de l'ONS (2004), montrent que plus du tiers (36 %) des femmes occupées exercent au sein du secteur de l'administration. L'industrie emploie un peu plus du quart (27,3%) et l'agriculture un peu plus du cinquième (22,3%) du total des femmes occupées.

Sur l'ensemble des occupés dans l'administration, ces femmes sont surtout présentes au sein de l'enseignement et du secteur sanitaire, elles y activent à près de :

- 53.33% dans le secteur de l'enseignement, et l'éducation (2007- 2008)
- 53% dans le secteur médical (2007)
- 37% des magistrats (2007)
- 35,3% dans la justice (2007)

Cette forte concentration des effectifs féminins dans l'administration serait liée en grande partie aux taux de scolarisation relativement plus élevés des femmes.

³ Voir annexe II.2

⁴ H Souaber fut le directeur des statistiques de la population et de l'emploi à l'ONS.

I.4.3- Le chômage des femmes :

Il faut rappeler que dans le régime socialiste, le chômage n'était pas reconnu officiellement et était quasiment absent des statistiques. Le système devait assurer le plein emploi. Cette dissimulation du chômage dans les statistiques se traduisait par un gonflement des inactifs. Les femmes au foyer qui devaient assurer les tâches domestiques, ne sont pas ainsi recensées parmi les femmes actives.

a- Evolution du taux de chômage selon le sexe :

Le chômage s'est fortement accru, et son évolution a commencé à devenir préoccupante dès la deuxième moitié des années 1980, sous l'effet conjugué du ralentissement de l'activité économique et des pertes d'emplois du secteur public économique engendrées par sa restructuration. En l'an 2000, le nombre de chômeurs a été évalué à plus de 2,4 millions de personnes, soit près de 30% de la population active totale ; alors qu'il représentait 18,2% en 1986. Cette aggravation du chômage résulte non seulement de la baisse sensible de création d'emploi, en raison de la réduction voire de l'arrêt des investissements publics dès 1986 mais également des compressions d'effectifs induites par les plans de restructuration des entreprises mis en œuvre à partir de 1994 dans le cadre de l'application du plan d'ajustement structurel. En effet ces restructurations se sont traduites par des licenciements massifs, sans que de nouveaux emplois ne soient offerts en quantité significative.

Cette hausse a affecté différemment les catégories sociales et les segments du marché du travail, en touchant particulièrement les femmes et les jeunes et en faisant apparaître déjà en 1995 un chômage des diplômés⁵.

Le chômage des femmes commence à croître rapidement à partir de la fin des années 1980 et maintient son accroissement tout au long de la décennie suivante. Le taux annuel moyen de croissance du taux de chômage féminin croîtra d'ailleurs plus vite que celui de l'ensemble.

Durant les décennies 1970 et 1980, les taux de chômage des femmes étaient sensiblement inférieurs aux taux masculins. Cette tendance s'inverse au cours des années 2000. En 2001, le nombre de femmes au chômage est estimé à 404 538, soit plus de 31% de la population active féminine. Entre 2001 et 2008, alors que le nombre de chômeurs a diminué de 2 339 449 à 1 240 800 personnes, soit une baisse du taux de chômage de 27,3% à 20,4%, la part des femmes dans la population au chômage n'a cessé d'augmenter, passant de 17,3% à 25,74%.

⁵ K. Boutaleb « l'activité féminine en Algérie : réalités et perspectives », Colloque International sur: « Marché du Travail et Genre dans les Pays du Maghreb : Spécificités, Points communs et synergies avec l'Europe », Rabat, Avril 2003

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Tableau n° 10 : Evolution du taux de chômage selon le sexe (%) en Algérie

Année	1987	1997	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Masculin		26,8	29,2	26,6	/	23,4	17,5	14,9	11,8	12,9	10,1
Féminin	21	23,9	26,4	31,4	/	25,4	18,1	17,5	14,4	18,3	17,4
Ensemble	17		29,7	27,3		23,7	17,7	15,3	12,3	13,8	11,3

Source : établi à partir des bulletins de l'ONS (1987 – 2008).

b- Caractéristiques :

Le chômage des femmes tend à revêtir les mêmes caractéristiques de l'emploi féminin. Il concerne surtout les jeunes (en 2004, environs 80 % des femmes en chômage ont moins de 30 ans). Etant jeunes, les femmes célibataires soient les plus touchées. Le taux est nettement plus important en milieu urbain qu'en milieu rural. En effet, en 2008, sur un total de 301 000 femmes en chômage, 271 000 se trouvent en milieu urbain, ce qui représente plus de 90% (ONS, 2008). Ce chômage est également de longue durée : une femme sur 4 et près de deux (1,6) hommes sur 4 recherchent un emploi depuis plus de 24 mois.

C'est notamment la progression du chômage des femmes instruites qui retient l'attention. Si en 1996 (selon l'enquête de l'ONS), le taux de chômage des femmes de niveau moyen, secondaire et supérieur était respectivement de 47%, 37% et 18% (contre 17% pour les femmes sans instruction). En 2008, il passe à 46,8% pour les femmes de niveau supérieur, à 27,6% du niveau secondaire et à 21% du niveau moyen⁶.

Les tendances enregistrées en matière d'activité féminine et l'évolution des différents indicateurs et composantes (population active, population occupée, population en chômage, taux de participation,...), trouvent leur fondement, notamment dans l'évolution de la condition des femmes depuis l'indépendance, sur les plans démographique, social et culturel. Talahite (2009)⁷, dans son analyse a retenu deux périodes de cette évolution :

Première période (1962- 1989) :

L'Algérie des années 1960-1980 n'a pas réalisé de progrès significatifs en matière d'accès des femmes à l'emploi. Les taux d'activité féminine sont restés parmi les plus bas au monde et ce contrairement à la scolarisation des filles, qui a connu une nette évolution durant cette période.

Trois facteurs semblent être déterminants de cette faiblesse de l'activité féminine, à savoir :

- **Le facteur démographique** : Ce facteur permet d'expliquer la faiblesse de l'activité féminine, lorsqu'on examine notamment l'âge au mariage et le nombre d'enfants par femme.

⁶ Voir Annexe II. 3

⁷ F. Talahite, « Algérie : l'emploi féminin en transition », Conférence internationale « Inégalités et développement dans les pays Méditerranéens », Université de Galatasaray, 2009.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

En effet la précocité de l'âge au mariage pour les femmes et surtout le nombre élevé d'enfants par femme, sont à l'origine de la faiblesse de l'emploi féminin. (*L'annexe II.4*) qui retrace l'évolution de l'âge moyen au premier mariage entre 1966 et 2006, montre qu'il était de 18,3 ans pour les femmes en 1966 et qu'il n'a commencé à s'accroître qu'à partir de la fin des années quatre-vingt.

- ***Le niveau de scolarisation des filles*** : L'évolution du taux de scolarisation des 6 -14 ans sur la période 1966-1987 fait apparaître un écart considérablement remarquable entre le taux de scolarisation masculin et féminin, dans la mesure où les filles sont moins scolarisées dans cette période. On peut donc supposer que l'offre de travail des femmes sera globalement moins qualifiée que celle des hommes.

- ***Le poids des traditions*** : L'explication la plus courante à la faiblesse de l'emploi féminin met en avant des facteurs socioculturels, en particulier le poids des traditions et de la religion, lesquelles seraient hostiles au travail de la femme. L'on peut donc se demander pourquoi ces facteurs n'ont pas agi également contre la scolarisation des filles, en hausse durant la même période. Dans ce cadre (Talahite 2009, p 03) considère le facteur religieux comme déterminant et avance ainsi que « *Dans la tradition islamique, l'éducation et l'acquisition du savoir sont encouragés, et l'emploi féminin lorsqu'il est qualifié (enseignement, médecine,...) est plus facilement accepté, valorisé, voire même encouragé. La résistance à l'emploi féminin concerne surtout le travail non ou peu qualifié* ».

Seconde période (1989-2008) :

Le taux global de participation est passé de 42% à près de 49% entre 1977 et 1998, pour revenir ensuite autour de 40% durant la dernière décennie. Entre 1987 et 1998, la hausse du taux global de participation est due à l'augmentation de la part des femmes dans la population active totale. En effet, le taux de participation masculin diminue sensiblement, passant de 85% à 80% environ, tandis que le taux féminin double (il passe de 8,7% à 17%, puis se stabilise autour de 16%)⁸. Les explications sont notamment liées à :

- L'augmentation brutale de la pauvreté, qui aurait poussé les femmes sur le marché de travail. En effet, selon le rapport du CNES consacré à « L'économie informelle en Algérie »⁹, l'année 1998 correspond à celle où s'achèvent les programmes d'ajustement structurel, engendrant une forte chute du revenu par tête.

⁸ Voir Annexe II. 5

⁹ CNES : Conseil National Economique et Social « Rapport sur l'économie informelle », Mars 2004, p128.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

- L'arrivée des femmes diplômées sur le marché de travail : Boukha-Hassene et Talahite (2007)¹⁰ dans leur explication de l'évolution de la participation des femmes ont mis en évidence l'effet qu'exerce le niveau d'éducation (mesuré par le nombre moyen d'années d'études), sur les taux de participation au marché de travail. Les auteurs soulignent dans ce cadre que le nombre moyen d'années d'études est passé de 1,5 à 5,4 ans entre 1970 et 1999.

- La transition démographique, en particulier la baisse du taux de natalité et le recul de l'âge au mariage, qui ont un impact sur le comportement des femmes face à l'emploi. L'indice synthétique de fécondité (ISF) a diminué, passant de 4 enfants par femmes au début des années 1990 à 2,4 en 2002. Par ailleurs, l'âge moyen au mariage s'est élevé : il est passé de 27,7 à 33 ans pour les hommes entre 1987 et 2002 et de 23,7 à 29,6 ans pour les femmes au cours de la même période (respectivement 36 et 32 ans en 2006). L'amélioration du niveau d'instruction des femmes, ainsi que la diffusion de la contraception moderne ont joué un rôle dans l'avancée de l'âge au mariage et la diminution du nombre d'enfants par femme, mais d'autres facteurs socioéconomiques viennent accélérer cette tendance en particulier la crise du logement, le chômage des jeunes, l'accroissement du coût de la vie et notamment les dépenses d'éducation.

II- Aperçu sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

II.1 Le secteur de la PME en Algérie

Face à l'échec du modèle de développement basé sur les industries industrialisantes des années 1970, l'Etat algérien a mis en place plusieurs dispositifs de promotion des investissements, pour encourager l'initiative individuelle, par la création de petites et moyennes entreprises, comme réponse aux limites des entreprises de grande dimension jusque là dominantes.

II.1.1- Quelques repères de l'évolution du cadre institutionnel de la PME :

Globalement, l'évolution du cadre institutionnel, administratif et juridique relatif aux PME a connu deux grandes périodes distinctes, depuis l'indépendance : une première, qui a duré jusqu'à 1982, où le cadre réglementaire n'était guère propice à l'initiative privée et était caractérisée par la mise en place d'une industrie à tendance lourde, qui se voulait la locomotive du développement économique et social. La seconde, entamée graduellement à partir de 1982

¹⁰ R. Boukha-Hassane et F. Talahite, (2007), « Marché du travail, Régulation et Croissance économique en Algérie », document de travail du CEPN-CNRS, n°03-2007, p 07

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

jusqu'à 2002, caractérisée essentiellement par la multiplication des dispositifs nécessaires à la création et la promotion des PME dans le cadre de l'initiative privée¹¹.

a- La période 1963-1982 :

Cette période a connu la promulgation du premier code des investissements en 1963, visant à remédier à l'instabilité de l'environnement qui a suivi l'indépendance, dont l'objet était de reformuler le cadre institutionnel de l'appareil productif du pays, et qui a eu un faible impact sur le développement de la PME. Ce qui a donné naissance à un nouveau code des investissements en 1966, qui visait à définir un statut à l'investissement privé national dans le cadre du développement économique.

Selon le rapport CNES, 2003, c'est le manque de clarté à l'égard du secteur privé qui a caractérisé la politique d'investissement menée durant cette période, durant laquelle l'entreprise privée était limitée par un contrôle sévère de l'Etat en exigeant un agrément pour toute opération d'investissement. Les secteurs ouverts aux PME privées étaient ceux qui ne nécessitent pas de maîtrise technologique, ni de main d'œuvre qualifiée tels que le secteur du commerce et des services. *« Après 20 ans de prédominance du secteur public en Algérie, sous la devise de l'industrie industrialisante, l'Etat –unique propriétaire et entrepreneur accorde au secteur privé un rôle complémentaire en 1982 dans certaines activités, avec un niveau d'investissement très limité »*¹².

b- La période 1982 à 2002 :

Ce n'est qu'à partir de l'année 1982 que l'Etat a affiché une volonté d'encadrer le secteur de la PME, qui s'est traduite par la promulgation de la loi n° 82-11, du 21/08/1982, qui a marqué le début de l'ouverture de la politique économique au secteur privé, et qui devait faire bénéficier la PME de certaines mesures notamment celles liées au droit de transfert pour l'acquisition des équipements et l'accès même limité aux autorisations globales d'importation.

Cette loi a été suivie d'un décret n°83-98 portant la création en 1983, d'un Office pour l'Orientation, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé (OSCIP), qui avait pour principales missions, l'orientation de l'investissement privé national vers des activités et régions susceptibles de répondre aux besoins du développement et d'assurer sa complémentarité avec le secteur public, tout en assurant une meilleure intégration de l'investissement privé dans le processus de planification.

¹¹ Actes des assises nationales de la PME, Rapport réalisé par le Ministère de la PME et de l'artisanat, Janvier 2004.

¹² K. Assala, « PME en Algérie : de la création à la mondialisation », 8^{ème} congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, « l'internationalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales » 25,26 et 27 Octobre 2006.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Le CNES avait souligné dans son rapport de 2003, qu'« Avec le Code des investissements de 1982 et la création de OSCIP, le secteur privé pour la première fois depuis l'indépendance, s'est vu reconnaître un rôle à jouer dans la concrétisation des objectifs de développement national. Cependant il faut souligner que ces dispositions ont eu un impact limité sur la création de nouvelles PME».

Face à la crise qu'a traversée le pays, surtout avec la chute des prix du pétrole en 1986, suivi du constat des résultats non satisfaisants de la stratégie de développement économique et social, l'Etat algérien a saisi la nécessité d'établir des réformes profondes de l'économie. En 1988, la loi 88-25 est promulguée pour clarifier les modalités d'orientation des investissements privés, suivie en 1990 par une autre loi (loi 90-10) relative à la monnaie et au crédit. Cette nouvelle orientation est fondée sur la liberté et l'égalité de traitement pour toutes les entreprises algériennes qu'elles soient publiques ou privées.

En 1993, l'Algérie a mis en place un nouveau code des investissements, qui prévoit notamment :

- La liberté d'entreprendre tant pour les opérateurs privés nationaux qu'étrangers,
- La création de l'agence de promotion de soutien et de suivi des investissements (APSI), pour assister les promoteurs dans l'accomplissement des formalités.
- L'allègement des délais d'étude de dossiers qui ne doit pas dépasser 60 jours,...

Toutefois, ces décisions se sont confrontées à un environnement caractérisé par les lourdeurs bureaucratiques, les problèmes liés à la gestion du foncier industriel,... ce qui a rendu inapproprié, le dispositif mis en place.

Pour redonner un nouveau souffle à l'environnement de l'investissement, les pouvoirs publics ont promulgué en 2001, l'ordonnance n° 01-03 relative au développement de l'investissement, qui demeure la principale référence en matière d'investissement en Algérie. Ce code prévoit essentiellement :

- La création du Conseil National de l'Investissement (CNI), qui propose les stratégies pour le développement de l'investissement, et la création d'institutions et d'instruments financiers adaptés au financement de l'investissement.
- La création d'un fonds d'appui à l'investissement pour la prise en charge de la contribution de l'Etat dans le coût des avantages consentis aux PME.
- La création de l'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI), chargée d'accueillir, d'informer et d'assister les investisseurs et de gérer le fonds d'appui à l'investissement.
- La loi d'orientation pour la promotion des PME (loi n° 01-18 du 12-12-2001)

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

A partir de ce nouveau code des investissements promulgué en 2001 et la nouvelle loi d'orientation sur la promotion de la PME, on assiste à un regain d'intérêt à l'entrepreneuriat en Algérie. Cette loi comprend, outre des principes généraux, la définition des PME, la politique d'aide et de soutien de l'Etat aux PME. Plusieurs agences et structures d'appui ont vu le jour, telles que l'ANGEM et la CNAC, il y'a eu aussi la création d'une agence chargée de la mise à niveau des entreprises, dénommée ANDPME, et la promulgation de deux organismes chargés de garantir les crédits octroyés par les PME, le FGAR et la CGCI-PME.

II.1.2- Définition et caractéristiques de la PME en Algérie :

La définition de la PME varie d'un pays à un autre, selon l'environnement et les politiques de développement d'un pays. En Algérie, la définition retenue est celle de l'union européenne adoptée en 1996, et qui repose sur trois critères : les effectifs et le chiffre d'affaires, le bilan annuel et l'indépendance.

En se référant à ces critères, la loi n° 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise, dans son article 4, définit la PME, « *comme une entreprise de production de biens et/ou de services : employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars et qui respecte les critères d'indépendance* »¹³.

Les articles 5, 6 et 7 de la même loi subdivisent cette entité (PME) en trois catégories synthétisées dans le tableau n° 11 :

Tableau n° 11 : Classification de PME en Algérie

Entreprises /Critères	Effectifs	Chiffre d'affaires (DA)	Bilan annuel (DA)
- Moyenne	50 à 250	200 millions à 2 milliards	100 à 500 millions
- Petite	10 à 49	< à 200 millions	< à 100 millions
- Très Petite Entreprise (TPE) ou micro entreprise	1 à 9	< à 20 millions	< à 10 millions

Source : Actes des assises nationales de la PME, 2004, p32.

II.1.3- Les composantes de la PME en Algérie :

La population des petites et moyennes entreprises (PME) comporte principalement trois composantes : les PME privées, les PME publiques et les Artisans. A la fin de l'année 2009, le nombre total des PME, toute catégorie comprise est de 515573 entités, alors que leur nombre en 2001 n'était que de 245348 entreprises. Durant la période 2001-2009, la population des PME a doublé avec un taux de croissance de 110,14%, soit une croissance annuelle de 12,23%.

¹³ Une entreprise est indépendante si au moins 25% de son capital social échappe au contrôle des autres entreprises qui y ont réalisé des participations directes ou croisées.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

a- La PME privée :

Le nombre de PME privées déclarées s'élève en fin de 2009 à 345902 entreprises. Ces dernières constituent la composante principale de la population des PME, avec une part qui dépasse deux tiers de l'ensemble. La dynamique de cette catégorie d'entreprises se traduit par une croissance moyenne annuelle de 21000 entreprises.

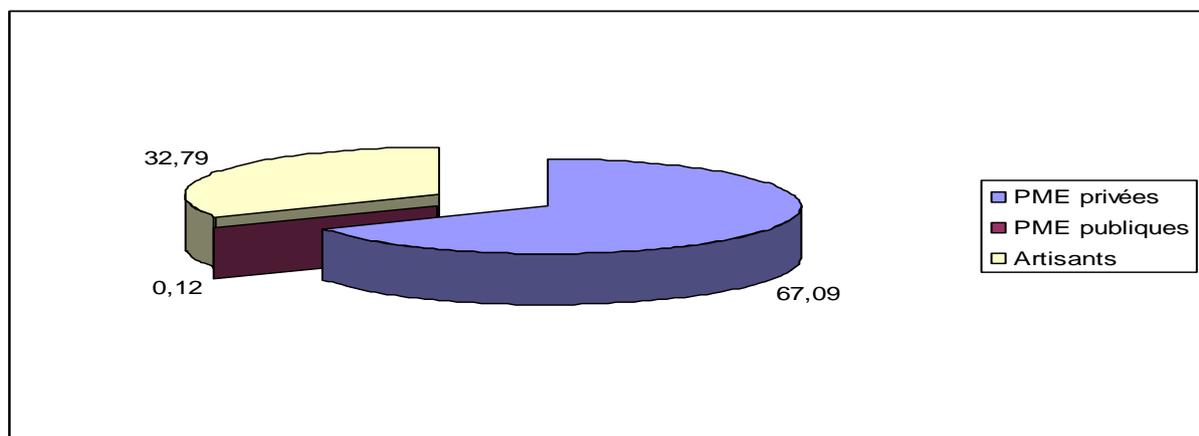
b- La PME publique :

Pour ce qui est des PME publiques, à la fin de l'année 2009, leur nombre ne représente qu'une partie marginale du total des PME, avec une part qui ne dépasse pas 0,12% de l'ensemble. Cette catégorie d'entreprises a connu une diminution continue à partir de 2006, pour le motif du processus de privatisation des entreprises publiques engagé dans le cadre de la restructuration et la réorganisation du secteur public.

c- Les artisans :

Généralement, les artisans se répartissent en trois filières : l'artisanat traditionnel et d'Art, l'artisanat de production de bien et l'artisanat de production de service. D'après les données du ministère de la PME et de l'artisanat, les activités artisanales ont connues une croissance considérable, avec un taux d'évolution annuelle de 12,12%. A la fin de l'année 2009, la part de ce type d'activité représente 32,79% du total des PME.

Figure n° 6 : Les principales composantes de la PME (%) à la fin de l'année 2009



Source : réalisé à partir des données du bulletin d'information du ministère de la PME et de l'artisanat, 2009

II.1.4- Quelques données statistiques sur la PME en Algérie

a- Evolution de la population des PME en Algérie :

Le tableau n° 12 montre une évolution progressive de la population globale des PME. En effet, durant la période considérée (2001-2009), le nombre de PME a connu une évolution annuelle moyenne qui avoisine 14%. Cette évolution provient essentiellement de la l'accroissement du

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

nombre de PME Privées et du secteur de l'artisanat, au détriment des PME publiques qui sont en recul, et ce en raison du processus de privatisation.

Tableau n° 12 : Evolution de la population de PME (2001 – 2009)

Année	PME privées	PME Publiques	Artisanat	Total
2001	179893	778	64677	245348
2002	189552	778	71523	261853
2003	207949	778	79850	288577
2004	225449	778	86732	321959
2005	245842	874	96072	342788
2006	269806	739	106222	376767
2007	293946	666	116347	410559
2008	321387	626	126887	448900
2009	345902	591	169080	515573

Source : Bulletin d'information statistique du Ministère de la PME et de l'artisanat (2001-2009).

b- Apport des PME dans l'économie nationale :

L'évolution de la population de PME dans l'économie nationale se traduit par une progression régulière des indicateurs macro-économiques. Il nous semble donc intéressant de mesurer notamment, la contribution des PME à la résorption du chômage en analysant l'évolution de l'emploi et la part des PME dans la production nationale

Tableau n° 13 : Evolution de l'emploi dans les PME durant la période 2004-2009

Année	PME Privées	Emploi	Evolution (%)	PME pub	Emploi	Evolution (%)	Artisanat	Emploi	Evolution (%)
2004	225449	592758	-	778	71826	-	86732	173920	-
2005	245842	888829	49,95	874	76283	6,21	96072	192744	10,82
2006	269806	977942	10,03	739	61661	-19,17	106222	213044	10,53
2007	293946	1064983	8,90	666	57146	-7,32	116347	233270	9,49
2008	321387	1233073	15,78	626	53169	-6,96	126887	244298	4,73
2009	345902	1363444	10,57	591	51635	-2,89	169080	324170	32,69

Source : Etabli à partir des bulletins d'Information statistique du Ministère de la PME et de l'artisanat (2004 / 09).

Le tableau n° 13 montre que l'emploi généré par les PME est en nette progression, dans la mesure où, pour l'ensemble des PME, la création d'emploi a doublé entre 2004 et 2009. La PME privé reste le principal générateur de ces emplois, elle participe à hauteur de 1 363 444 postes en fin 2009, ce qui représente plus de 78% du total des emplois générés par les PME. De même les emplois liés aux activités artisanales ont enregistré durant la période (2004-2009), des hausses considérables avec un taux d'évolution annuel moyen de l'ordre de 13%, pour atteindre fin 2009, 324 170 postes d'emplois. Cependant la PME publique ne compte que 51635 postes en 2009, et affichent une décroissance en termes d'emplois à partir de 2006, ce qui serait lié principalement à la restructuration et la réorganisation qu'a connu le secteur public.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Tableau n° 14 : Evolution de la part des PME dans le PIB hors hydrocarbures (en %)

Année	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
PME publiques	24,6	25,2	23,6	23,1	22,9	21,8	21,59	20,4	19,2
PME privées	75,4	74,8	76,4	76,9	77,4	78,2	78,41	79,6	80,8

Source : Bulletins d'Information statistique du Ministère de la PME et de l'artisanat (2001-2009) et Belattaf M, Khebache K, Nadjedi N (2005), p98

À partir de ce tableau, nous constatons que la part des PME privées dans le PIB hors hydrocarbures affiche une nette évolution durant la période 1999-2007, et ce contrairement à la PME publique, dont la part est en décroissance continue.

Néanmoins, en produit intérieur brut hydrocarbure comprise, la part des PME privées en 2005 ne représente que 44%. Les PME publiques qui représentent 0,23% du total des PME en 2005, contribuent de 56% dans le PIB. Ce dernier taux confirme la forte présence de l'Etat dans la sphère économique.¹⁴

II.2- Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

L'analyse de l'évolution du cadre institutionnel et juridique de la PME en Algérie montre que la PME privée et l'initiative individuelle sont au centre des multiples réformes engagées, qui définissent les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la PME, afin de faciliter la création, le développement et la compétitivité des entreprises.

Aussi l'exploitation des données statistiques du ministère de la PME et de l'artisanat révèle que l'évolution globale de la population de la PME provient essentiellement de l'évolution de la PME Privée et du secteur de l'artisanat, au détriment des PME publiques qui sont en recul.

Par conséquent, les PME publiques seront exclues de notre champ d'étude, et dans ce qui suit la notion de PME fera référence aux PME privées et aux activités artisanales.

A ce stade, il y a lieu de se demander si cette volonté d'encourager l'initiative individuelle à travers la création de PME a profité aux femmes. Se pose alors la question de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Pour mieux cerner cette question, plusieurs sujets doivent faire l'objet d'analyse : la part des femmes dans la création de PME, les caractéristiques sociodémographiques des créatrices, les caractéristiques de leurs entreprises,...

Pour une analyse statistique, plusieurs organismes ont été consultés, pour comprendre la réalité de cette catégorie d'acteurs économiques. Cependant, et sans vouloir se cacher derrière le manque de statistiques, nous tenons à signaler que des efforts considérables sont à réaliser au

¹⁴ Belattaf M, Khebache K, Nadjedi N, l'impact de l'entrepreneuriat sur le développement territorial et régional, cas d'El kseur, p88. (Colloque international sur l'entrepreneuriat et l'innovation, 2005), p98.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

niveau des différents organismes concernés (Ministère de la PME et de l'artisanat, du commerce, ministère délégué chargé de la famille et de la condition féminine,..), pour tenir des données statistiques par sexe en matière de création d'entreprises.

Aussi, les études portant sur ce thème sont quasiment inexistantes. Ce constat a été signalé par A. Gillet (2003) qui révèle qu' « aucune recherche à notre connaissance ne traite spécifiquement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. »¹⁵.

Devant un tel constat lié à l'indisponibilité de l'information, nous avons exploité dans un premier temps les données de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ), afin de mettre en lumière quelques caractéristiques des femmes qui optent pour ce dispositif. Pour approfondir notre analyse, nous avons repris les principales conclusions des études et enquêtes qui traitent de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

II.2.1- Evaluation de l'activité entrepreneuriale féminine : Cas du dispositif ANSEJ

Le choix de présenter le Bilan du dispositif ANSEJ, dans cet essai d'évaluation du degré d'insertion des femmes dans la vie active par la création de PME, n'est pas fortuit. Il est dû essentiellement au fait qu'il est le seul organisme qui tient des statistiques par sexe.

Rappelons que le dispositif d'insertion professionnelle en direction des jeunes est devenu opérationnel depuis le deuxième semestre de l'année 1997. Le dispositif repose sur trois (03) idées principales : - l'insertion des activités des jeunes dans les mécanismes du marché,

- l'intervention des banques selon la logique économique et financière en matière d'évaluation des risques et de prise de décision pour le financement,
- le recentrage de l'intervention des pouvoirs publics sur des tâches d'assistance et de conseil.

Les catégories de jeunes concernés par le dispositif doivent satisfaire à quatre types de conditions en matière d'âge qui doit être entre 19 et 35 ans (exceptionnellement à 40 ans, si l'activité crée trois (03) emplois permanents), de qualification professionnelle, de ne pas occuper un emploi rémunéré, et participer au projet avec un apport personnel qui varie selon le montant de l'investissement.

a- Bilan de création de micro entreprises par sexe :

Le tableau n°15 (page 90) montre que la participation des femmes à la création des micro-entreprises, dans le cadre de ce dispositif depuis 1997 reste faible. En effet, Sur 105.300 projets financés jusqu'au 30/06/2009, près de 14.754 micro- entreprises ont été initiées par de jeunes

¹⁵ A.Gillet, « les femmes créatrices de PME en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnel et stratégie d'existence » CREAD 2000, p 04

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

promotrices, soit une proportion de 14,01%. Ou en d'autres termes, sur environ sept entreprises créées (7,13) une seule est l'œuvre d'une femme.

La participation féminine à la création des micros entreprises a concerné principalement quelques secteurs où l'on a enregistré des taux de féminité plutôt élevé. Il s'agit notamment des professions libérales avec un taux de féminité de 41,34% et les services avec 22,87% et, dans une moindre mesure, l'artisanat avec 19,11% et l'industrie avec 16,22%.

Cependant les femmes semblent moins présentes dans plusieurs secteurs qui demeurent des domaines exclusivement masculins. C'est le cas notamment de la pêche, la maintenance, le BTP et les transports ; secteur où les taux de féminité enregistrés sont des plus bas, et ne dépasse pas 3%.

Cette forte présence féminine dans certains secteurs au détriment d'autres secteurs montre que les femmes se lancent le plus souvent dans des secteurs traditionnellement féminins et que des secteurs entiers restent exclusivement le domaine des hommes.

Tableau n° 15 : Part des femmes dans la création de PME (dispositif ANSEJ) au 30/06/2009*

secteurs d'activité	Nombre de projets financés	hommes	femmes	taux de féminité (%)
Services	33289	25677	7612	22,87
Transport voyageurs	12684	12267	417	3,29
Artisanat	16716	13521	3195	19,11
Transport marchandises	13758	13408	350	2,54
Agriculture	11429	10696	733	6,41
Industrie	6025	5048	977	16,22
BTP	5350	5169	181	3,38
Professions Libérales	2898	1700	1198	41,34
Maintenance	2266	2197	69	3,05
Pêche	537	529	8	1,49
Hydraulique	348	334	14	4,02
Total	105300	90546	14754	14,01

Source : établi à partir des bulletins du ministère de la PME et de l'artisanat.

b- Evolution moyenne des micros entreprises financées par l'ANSEJ :

Les données statistiques publiées par le ministère de la PME et de l'artisanat, relatives aux entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ ne sont pas détaillées. Elles ne permettent pas de comprendre les évolutions annuelles enregistrées, dans la mesure où les origines de ces évolutions, qui peuvent provenir de créations nouvelles, de disparitions ou de réactivations, ne figurent pas.

* Les données présentées dans ce tableau sont des statistiques cumulées, depuis la création de l'ANSEJ.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Toutefois, les données permettent d'avoir une idée sur les évolutions annuelles moyennes et le degré d'implication des femmes dans la création de micro entreprises. C'est pourquoi nous proposons de reprendre les statistiques cumulées arrêtées annuellement, et ce pour la période allant de 2005 à 2009, et qui sont résumées dans le tableau n° 16.

Nous remarquons que le nombre de projets financés sont en évolution tant pour les hommes que pour les femmes. Cette évolution s'inscrit dans la durabilité. En effet, le nombre total qui était de 69 633 projets au 31/12/2005 a atteint à la fin du premier semestre 2009, 105 300 micros entreprises, soit une hausse de plus de 50%.

Pour ce qui est des femmes les taux d'évolution enregistrés sont presque similaires à ceux des hommes. En effet, le nombre de projets menés par les promotrices sur la période (2005-2009), est passé de 9 439 à 14 754 entreprises, ce qui représente une hausse de l'ordre de plus de 56%, alors que ce taux est de 50,42% pour les projets lancés par les hommes.

Tableau n° 16 : Statistiques cumulées des micros entreprises financées (ANSEJ : 2005-2009)

Année ¹⁶	Micros entreprises financées		
	Femmes	Hommes	Total
2005	9 439	60 194	69 633
2006	10 901	67 377	78 278
2007	12 166	74 214	86 380
2008	12 707	77 512	90 219
2009	14 754	90 546	105 300

Source : établi par nous même à partir des bulletins du Ministère de la PME

Si l'on veut schématiser ce taux d'évolution de 56%, on pourra dire qu'en termes de nombre d'entreprises, il se traduit par un flux annuel de 1500 nouvelles entreprises féminines, qui correspond à un taux d'évolution annuel moyen de 13,56%, comme le montre le tableau n° 17 dans la page suivante.

¹⁶ Les données relatives à 2005, 2006 et 2007 sont arrêtées aux 31/12, alors que celles de 2008 et 2009, au 30/06.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Tableau n° 17 : Evolution moyenne des projets féminins financés par l'ANSEJ

Année	Nombre de projets financés	Evolution	
		Nombre	Taux (%)
2005	9 439		
2006	10 901	1 462	15,49
2007	12 166	1 265	11,60
2008	12 707	541	4,45
2009	14 754	2 047	16,11
Evolution moyenne		1519	13,56

Source : établi par nous même à partir des bulletins du Ministère de la PME (2005 – 2009)

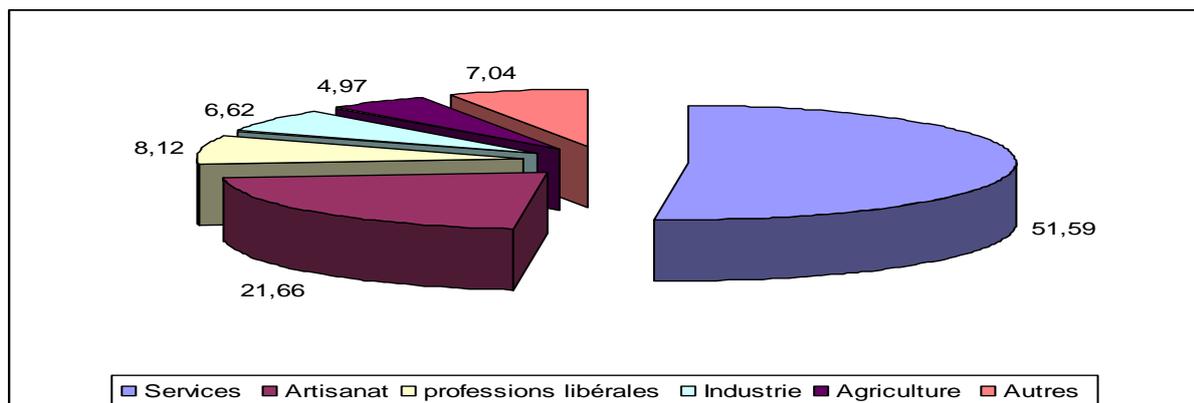
c- L'analyse sectorielle :

Selon la figure n°7, les femmes ayant opté pour le dispositif ANSEJ ont particulièrement investi trois créneaux, à savoir le secteur des services qui représente à lui seul plus de la moitié (51,59%) du total de micro entreprises appartenant aux femmes, ainsi que les activités artisanales avec 21,66% et dans une moindre mesure les professions libérales qui représentent 8,12%.

En effet, ces trois secteurs regroupent à eux seuls 81,37% des projets lancés par les femmes.

Cependant d'autres secteurs semblent être moins ciblés par les femmes, ne représentant qu'une part insignifiante du total des projets à l'image de la pêche, la maintenance et l'hydraulique dont la part ne représente que moins de 1% du total de projets féminins. C'est le cas également du secteur du Bâtiment (1,23%), des transports (transport de marchandises : 2,37% et transport de voyageurs : 2,83%), mais aussi de l'agriculture (4,97%) et de l'industrie (6,62%).

Figure n° 7 : Répartition sectorielle des micro entreprises créées par les femmes au 30/06/2009.



Source : établi à partir des bulletins du Ministère de la PME

II.2.2- Les caractéristiques qualitatives de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : Conclusions de quelques études

L'analyse de l'entrepreneuriat féminin ne consiste pas uniquement en la présentation de données statistiques relatives aux femmes entrepreneures et l'essai de mesure de leur poids et de leurs apports dans l'économie d'un pays ou d'une région.

En effet, cette analyse doit combiner aspects quantitatifs et qualitatifs. Ce dernier devrait permettre une meilleure compréhension des caractéristiques personnelles des femmes créatrices d'entreprises, des spécificités de leurs entreprises, mais aussi des rapports développés avec l'environnement qui pourrait en être réticent à leur égard.

C'est pour répondre à cette préoccupation que nous avons souhaité présenter les principales conclusions de quelques enquêtes, même régionales, ayant mis en relief la problématique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Cependant un tel travail se trouve vite heurté à une réalité relative à la rareté, sinon à l'absence de recherches détaillées, traitant de l'entrepreneuriat en général et de l'entrepreneuriat féminin en particulier. Cette réalité fait dire à A. Gillet (2003) : « *Peu de travaux de recherche portent sur les entrepreneurs algériens au sein de l'économie algérienne. Les travaux de Bourdieu portant plus généralement sur le travail et les travailleurs (1964), la thèse de Liabès (1984), le travail de Peneff (1981) et la publication de Henni (1984)* » et d'ajouter « *qu'aucune recherche à notre connaissance ne traite spécifiquement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie* »¹⁷.

Dans le même ordre d'idées, Rahou et Remaoun (2006), ont indiqué que « *L'activité des femmes entrepreneurs identifiées formellement en tant que telles en Algérie est récente. Si le secteur privé tend à se développer et embrasser tous les créneaux, elle est sujette non seulement aux difficultés que rencontre l'opérateur économique mais aussi aux contraintes liées au statut de la femme* »¹⁸.

a- L'étude du CRASC 2006 :

Dans un contexte social encore réfractaire à l'emploi féminin, comment certaines femmes ont pu franchir le double écueil familial et environnemental, pour réussir leur passage vers l'acte d'entreprendre ? C'est à cette principale problématique qu'une étude récente du Centre de recherche en anthropologie sociale et culturelle (CRASC, 2006) a essayé d'apporter des éléments de réponse et de dresser un portrait de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

¹⁷ A. Gillet (2000), Op. Cit , p 2 à 4.

¹⁸ Y. Rahou et N.B. Remaoun, « Itinéraires de femmes entrepreneurs en Algérie : cas d'Oran », Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006, p 02

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

D'abord, l'étude a montré que le nombre de femmes chefs d'entreprises représente 3,2% du total des femmes actives en Algérie, bien que le taux d'activité des femmes ait connu une évolution importante. Cependant, a-t-elle constaté que le nombre de femmes qui optent pour l'entrepreneuriat reste «négligeable» et que de nombreux obstacles entravent l'émergence de cette catégorie d'activité pour les femmes algériennes. A ce propos, sur un échantillon composé d'une centaine de femmes entrepreneurs, l'enquête montre que :

- L'entrepreneuriat féminin est principalement un fait urbain, dans la mesure où 73% des femmes sont issues de zones urbaines.
 - L'âge joue un rôle important dans le projet de création de l'entreprise : 60 % ont entre 25 et 39 ans, et 17% ont entre 40 et 49 ans.
 - Le mariage ne semble pas être un frein à la création d'entreprise par les femmes, puisque près de 45% sont mariées, contre 42% de célibataires.
 - Autre caractéristique importante à souligner : Les femmes entrepreneurs sont majoritairement diplômées avec un taux de 81,2 %, dont 24,7% ont un niveau d'instruction supérieur.
 - Plus de la moitié des femmes ont affirmé que l'idée du projet est venue de la spécialité de leur formation et l'expérience acquise au cours de leur vie professionnelle.
 - 57% d'entre elles ont choisi le secteur des services, dont 90% gèrent elles-mêmes leur entreprise, alors que 83% ont avoué préférer continuer à gérer personnellement l'entreprise. Le choix de l'activité est fortement lié au savoir faire personnel (77,6%) : formation et expérience professionnelle.
 - 28,2% ont confié que le montage financier de l'entreprise est une affaire de famille, dans la mesure où elles n'ont compté que leurs fonds personnels et ceux qui proviennent du milieu familial, alors que 16,5% ont bénéficié d'un crédit bancaire en plus de leurs fonds propres.
 - Pour le temps consacré par les femmes entrepreneurs à l'activité de leur entreprise, l'enquête montre que 52,9% y consacrent 8 à 10 heures de travail.
- Interrogées sur les secrets de réussite du projet de l'entreprise, 50,6% ont affirmé que la compétence du promoteur est l'un des principaux atouts de réussite, alors que 48,2% ont estimé que le succès du projet dépend du réseau relationnel dont elle dispose.
- 92% souhaitent développer leur entreprise en dépit des problèmes auxquels elles font face, notamment les impôts (34%), le problème de l'accès aux crédits (22,3%) et les responsabilités familiales (17,6%).
 - Les principales qualités pour réussir une carrière entrepreneuriale réside notamment dans la confiance en soi et la capacité d'organisation et de gestion, qui sont mises en première ligne.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Enfin, les auteurs ont conclu que la formation et l'expérience professionnelle dans le domaine investi, ainsi que la confiance et l'assurance en soi, dans une démarche à risques dans l'acte d'entreprendre, constituent des atouts majeurs de ces femmes entrepreneures qui les distinguent des autres.

La réalisation de soi et le désir d'une reconnaissance sociale constituent des ambitions, pour se lancer dans une aventure entrepreneuriale, afin de s'imposer dans la sphère publique, socialement réservée aux hommes.

Cependant et parallèlement à cette volonté de réussite, les femmes entrepreneures se trouvent confrontées à un environnement social et économique des plus contraignant (Difficultés d'accès au marché, système fiscal lourd, manque de transparence et charges domestiques plus lourdes) et qu'elles doivent dépenser beaucoup d'énergie pour surmonter toutes les difficultés.

b- Colloque international sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie (2008) :

C'est sous l'égide du ministère délégué chargé de la famille et de la condition féminine qu'un colloque international a été tenu à la fin du mois de mars 2008 sur l'entrepreneuriat féminin, dont l'objectif est de cibler et d'étudier d'une manière plus concrète la présence de la femme dans cette sphère. L'enjeu est de recenser d'une part les opportunités et possibilités existantes, et d'autre part les difficultés, contraintes et blocages à l'émergence de cet entrepreneuriat. Ainsi que la prise en compte des données concrètes du terrain et de les exploiter en faveur de cette frange en quête de dispositifs spécifiques pouvant les accompagner dans la construction de leurs projets.

Nous avons sollicité à plusieurs reprises le Ministère délégué chargé de la famille et de la condition féminine, pour mettre à notre disposition les actes de ce colloque, mais en vain, sous prétexte que les conclusions sont exclusivement destinées à l'usage du ministère. Ce qui nous a obligé à prendre contact avec quelques participants et à leur tête (Y. Rahou) sociologue et chercheur au Centre de recherche en anthropologie sociale et culturelle (CRASC), qui nous a livré les principaux constats suivants :

Le soutien familial : Un atout déterminant :

L'entrepreneuriat féminin implique une qualification, une expérience et un savoir-faire. Ce sont là des facteurs déterminants pour l'émergence d'un entrepreneuriat féminin. La famille demeure aussi un des plus importants maillons de la chaîne de concrétisation d'un projet. Elle est la première à être mobilisée lorsque sa fille s'engage à monter son entreprise. Ces conclusions ressortent de l'enquête sur les atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin menée par Y.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Rahou (2006). Dans son analyse, elle a mis le doigt sur les carences de l'environnement qui est inadéquat pour toute initiative privée notamment quant à la disponibilité et à la qualité des matières premières, ainsi que l'ampleur prise par le marché informel. L'analyse a aussi révélé la qualité de la prise en charge de la petite enfance en Algérie. Cette défaillance, serait selon Y. Rahou, à l'origine de la plupart des échecs dans la vie professionnelle des femmes qui ont été confinées, dès leur jeune âge, dans le rôle traditionnel de femme-mère. On signale aussi, parmi les problèmes de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, le manque de structuration du marché des appels d'offres qui reste peu encourageant à l'égard des femmes entrepreneures. Pour mettre en évidence l'importance du soutien familial, K. Ouchalal, chercheuse au Centre d'étude et de recherche appliquée en développement (CREAD) à Alger, dans son intervention intitulée « *Motivation réelle et capital social des femmes chefs d'entreprises algériennes »*, a relevé que « *Ce sont très souvent les très proches parents qui fournissent les capitaux, le réseau d'amis dans l'administration, pour obtenir les documents nécessaires ainsi que les marchés* ». Elle considère ainsi que « *les liens du sang sont donc mis à contribution pour contourner les divers blocages bureaucratiques* ». « *Si le réseau associatif commence à prendre en charge cet espace, il faut reconnaître qu'aujourd'hui la seule ONG véritablement efficace c'est la famille* »

Au sujet des motivations qui sont à l'origine de création, elle considère que les femmes fondent leurs projets entrepreneuriaux sur des critères plutôt subjectifs. Elle indique que « *Les femmes algériennes vont vers la création d'entreprises plus pour réaliser leur émancipation propre que la performance de leur entreprise, gérant de ce fait leur capital social entrepreneurial de manière singulière. Ainsi, ces femmes, ne prenant pas en compte la compétence et la qualification recrutent notamment parmi les proches membres de la famille et amis* ».

Egalité de chance :

Théoriquement, on ne peut nier que les mécanismes de soutien à l'emploi en Algérie sont plutôt égalitaires. Il n'empêche que sur le terrain, ces mesures ne semblent pas être suffisamment favorables à la promotion d'un entrepreneuriat féminin. C'est ce qui ressort de l'intervention de la ministre déléguée chargée de la famille et de la condition féminine, Nouara Saâdia Djaâfar, lors de ce colloque. Elle estime ainsi que les mécanismes existants doivent impérativement être accompagnés par d'autres mesures à même d'accroître la proportion de la femme dans la population active.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Le ministère envisage, à ce titre, d'engranger un certain nombre d'actions de sensibilisation en faveur des femmes concernées ou susceptibles d'être concernées par les mécanismes en vigueur. Mais aussi en direction des responsables et des institutions en charge de la mise en œuvre de ces dispositifs pour, soutient-elle, concrétiser « le principe de l'égalité des chances ». Cela dit, l'émergence d'un entrepreneuriat féminin plus opérant et plus efficace passe inévitablement par l'engagement infaillible des femmes à « *relever le défi auquel est confrontée la société toute entière* ». Il s'agit, selon elle, de basculer la population active féminine dans la nouvelle économie qui est celle de l'entreprise performante et du savoir efficient.

Pour une discrimination positive :

La participation de la femme à l'activité économique et administrative reste aujourd'hui en deçà des attentes. La notion de parité souvent évoquée par les autorités est, ainsi, perçue comme un discours creux puisqu'en Algérie le taux d'activité féminine demeure encore très bas même en comparaison avec des pays avec lesquels la proximité socioculturelle est avérée. On parle actuellement d'un taux de participation qui tournerait autour de 18 à 20% de l'emploi total, selon A. Kouadri¹⁹. Si certaines associations féminines continuent à refuser aujourd'hui le système de quotas, d'autres voient en cette disposition une discrimination positive. Elle explique que « *C'est la seule façon de pouvoir faire avancer un peu l'emploi féminin* ». Ce faible taux s'explique par, dit-elle, « *les mentalités rétrogrades qui refusent toujours d'admettre la présence de la femme dans le milieu professionnel, notamment au niveau des postes de décision* ». En effet, le poids des traditions veut que les femmes soient présentes dans certains secteurs plutôt que dans d'autres. L'exemple le plus édifiant reste, sans doute, l'enseignement où la femme est réellement présente à tous les niveaux. Pour d'autres, cependant, le problème ne se pose pas au niveau de la société. « C'est surtout dans le milieu professionnel que cette discrimination est très visible », assure A. Kouadri, précisant que « les femmes font face à de multiples pressions qui font qu'elles ont du mal à s'imposer dans les postes de décision ».

S'agissant de l'entrepreneuriat féminin, A. Kouadri se montre peu optimiste. Elle affirme qu'il n'existe que 3 300 femmes entrepreneures à activer sur le terrain. Ce qui n'est pas étonnant, selon elle, en l'absence « *de mécanismes spécifiques concernant l'accès au crédit, l'accompagnement des femmes dans le processus de concrétisation du projet, l'accès au*

¹⁹ Aicha Kouadri est la présidente de l'Association des Femmes Algériennes Cadres (AFAC)

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

foncier, etc. ». Et d'ajouter : « L'entrepreneuriat fait appel à des réseaux informels que beaucoup de femmes maîtrisent peu. ».

Principales recommandations :

A l'issue de ce colloque international, et en quête de la promotion de l'entrepreneuriat féminin, les spécialistes, ayant pris part, ont adopté une série de recommandations, qui s'articulent autour de cinq grands axes :

La communication :

- Améliorer l'information portant sur l'ensemble des dispositifs de création d'activités,
- faire connaître les expériences réussies,
- vulgariser les contenus des dispositifs par la tenue de séminaires, conférences, rencontres... allant vers la proximité la plus proche,
- encourager la communication pour rendre visibles les femmes créatrices de richesses et d'emplois.

La formation :

- Renforcer les liens de la formation professionnelle avec l'ensemble des institutions abritant un mécanisme pour l'apprentissage des métiers,
- initier des formations préparant à l'entrepreneuriat au sein des universités et grandes écoles,
- accroître les formations visant l'accompagnement des entrepreneurs (initiation à la gestion d'entreprise, notions de comptabilité, études de marché,...) dans des structures « d'incubation » à l'intention des femmes,
- valoriser et organiser la transmission transgénérationnelle des savoirs faire féminins, dans les différentes régions,
- accroître les capacités des associations (formations des formateurs),
- élaborer des programmes de formation en direction des femmes travaillant dans l'informel, pour leur permettre d'accéder et de s'inscrire dans le secteur économique par le biais des dispositifs.

Le financement :

- Mettre en place un système d'aide financier destiné aux femmes,
- spécialiser des banques dans les micro crédits,
- identifier des process de gestion des dossiers permettant la réduction des délais de réponse à l'octroi financier.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Coordination et / ou réseau :

- Renforcer la coordination au niveau des institutions qui ont mis en place des dispositifs pour améliorer leur impact sur les femmes,
- renforcer les capacités des associations pour la mise en place de réseaux,
- créer des synergies entre les différents acteurs susceptibles d'influencer la création et la promotion d'entreprises : les associations, les entrepreneures, les banques, les assurances, ...
- mettre en place des mécanismes de suivi et d'évaluation en vue de mesurer l'impact sur l'entrepreneuriat féminin.

La recherche :

- Promouvoir une étude globale et nationale sur les femmes entrepreneures,
- créer une banque de données sur l'entrepreneuriat féminin,
- faire un état des lieux sur les mécanismes et les possibilités institutionnels existant qui s'inscrit dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin.

III- Essai d'évaluation de l'activité entrepreneuriale féminine à Bejaia

Après avoir présenté l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers la présentation de quelques statistiques qui témoignent de la participation des femmes à l'activité entrepreneuriale et la reprise des principales conclusions de quelques études, nous passerons à l'évaluation de l'activité entrepreneuriale féminine dans la wilaya de Bejaia.

III-1- La place de la femme dans la wilaya de Bejaia : Quelques indicateurs

Avant de tenter d'évaluer la place des femmes dans la création et la gestion des PME dans la wilaya de Bejaia, nous avons jugé nécessaire de présenter quelques données relatives aux femmes et qui contribuent de façon directe ou indirecte à leur implication dans l'activité entrepreneuriale. Ces données sont notamment liées à la démographie, l'éducation et la formation professionnelle.

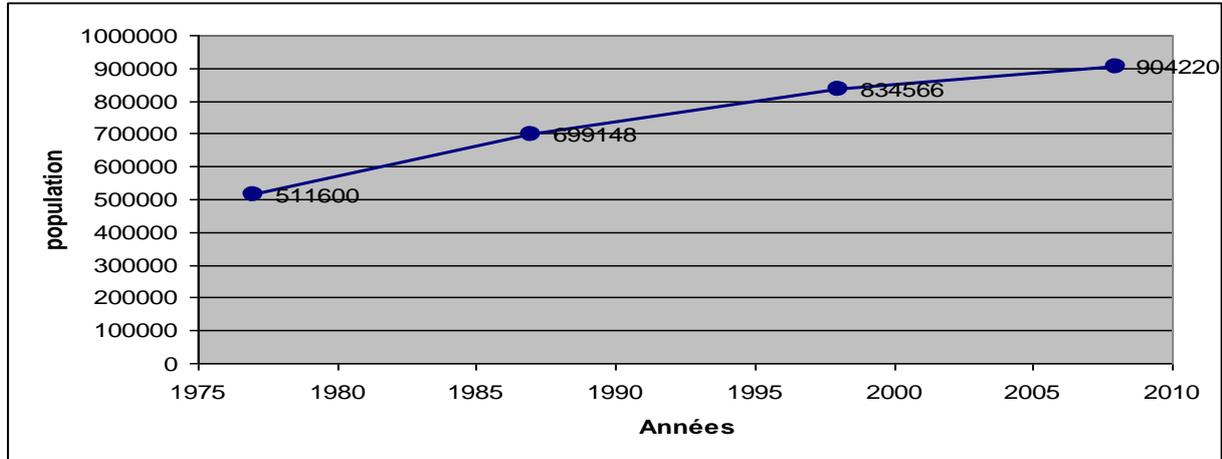
III-1.1- La population :

La figure n° 8 (page 100) montre qu'en l'espace de trois décennies (1977-2008), la population de la wilaya de Bejaia a connu une évolution de près de 75%. Elle est passée de 511 600 habitants en 1977, pour atteindre 904 220 habitants en 2008 (avril 2008). L'analyse des taux d'accroissement d'une décennie à une autre révèle un rythme d'évolution de plus en plus décroissant. En effet, durant la première décennie (1977-1987) ce taux était de 36,66%, où la population est passée de 511 600 à 699 148 habitants. Au cours de la seconde (1987-1998),

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

l'évolution a enregistré un taux de 20,66%, alors qu'il dépasse à peine 7% durant la dernière décennie (1998-2008), en passant de 834 566 en 1998 à 904 220 habitants en 2008.

Figure n° 8 : Evolution de la population de la wilaya de Bejaia (1977 – 2008)



Source : Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultats 2008, Edition 2009

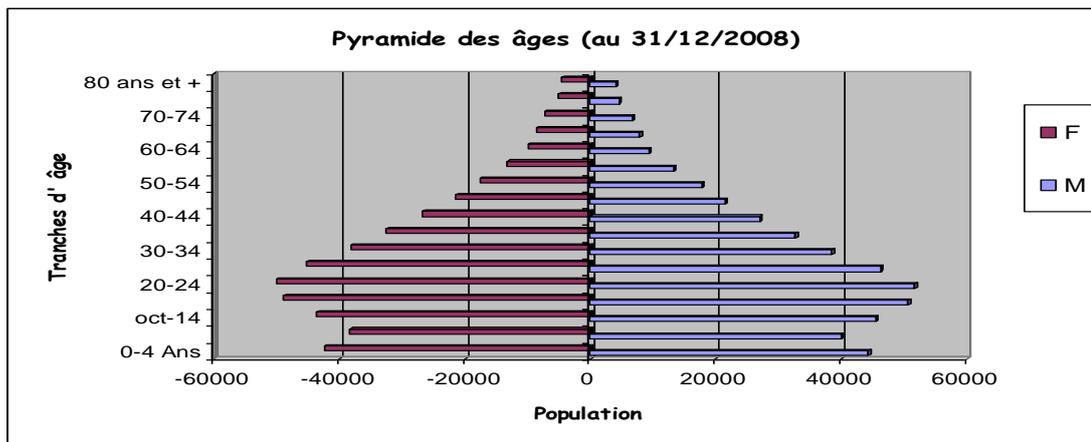
a- La structure de la population

Concernant la structure de la population par sexes et par tranches d'âge, elle laisse apparaître un certain équilibre au niveau de la répartition par sexe, si ce n'est une légère dominance des hommes (50,51 % hommes, 49,49 % femmes) qui se constate sur presque toutes les tranches d'âges²⁰.

La répartition de la population féminine par tranches d'âges, schématisée dans la figure n° 9 (page 101), nous renseigne sur la jeunesse de cette population. En effet, 38,22 % des femmes ont moins de 20 ans, soit près de 49% de la population totale âgée de moins de 20 ans. A l'inverse 7,77 % de la population féminine est âgée d'au moins 60 ans. Il ressort également que les femmes dont l'âge est inclus entre 15 et 34 ans représentent 40,21 %. Ce qui est une part considérable dans la mesure où elle compte dans la détermination de la population active féminine et qu'elle alimente le marché du travail.

²⁰ Voir Annexe II.6

Figure n° 9 : Répartition de la population par tranches d'âge et par sexe au 31/12/2008



Source : Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultats 2008, Edition 2009.

- La population féminine scolarisable des 6-14 ans est estimée à 124 250 filles, ce qui représente près de 27% de la population féminine totale, et qui correspond près de la moitié (48,90%) de la population totale scolarisable des 6-14 ans.
- La population féminine âgée de 15-59 ans est de l'ordre de 293 400 soit 64,78 de la population féminine totale. Les femmes occupent 49,47% dans cette tranche d'âge.

b- La répartition spatiale de la population féminine :

La répartition spatiale de la population donne un aperçu sur l'inégalité de cette répartition. En effet, la prédominance du relief montagneux contraint la population à se localiser sur les plaines et dans un moindre degré sur les versants et replats où l'accès est facile. L'indice d'agglomération de la wilaya (au 31/12/2008) indique que 87,64 % de l'ensemble de la population, soit 801 861 habitants, résident dans les agglomérations chefs-lieux et les agglomérations secondaires.

S'agissant de la population féminine, la répartition géographique de la population se caractérise par une concentration importante au niveau du chef-lieu de la wilaya, soit 19,49 % de la population féminine totale. Ensuite vient la commune d'Akbou avec 5,84 % et Amizour avec 4,13%, suivie des communes de Kherrata, Tazmalt, Drâa el Kaïd et El Kseur avec des taux respectivement de 3,89 %, 3,23 %, 3,21% et 3,15 % de la population féminine totale de la wilaya. Ces sept communes abritent près de 43% de la population féminine totale. Le reste étant réparti selon les taux suivants : un groupe de vingt-sept (27) communes abritent entre 1% et 2,77 % de la population féminine de wilaya, et enfin, les communes abritant moins de 1 % de la population féminine de la wilaya sont au nombre de dix-huit (18)²¹.

²¹ Voir Annexe II.7

III.1.2- Filles et formation :

Dans ce point on s'intéressera au secteur de l'éducation et au niveau de scolarisation des filles, mais aussi à l'enseignement supérieur et à la formation professionnelle, qui jouent un rôle très important dans l'alimentation du marché du travail en main d'œuvre qualifiée et qui peuvent être déterminants dans la dynamique entrepreneuriale de la région.

a- L'éducation :

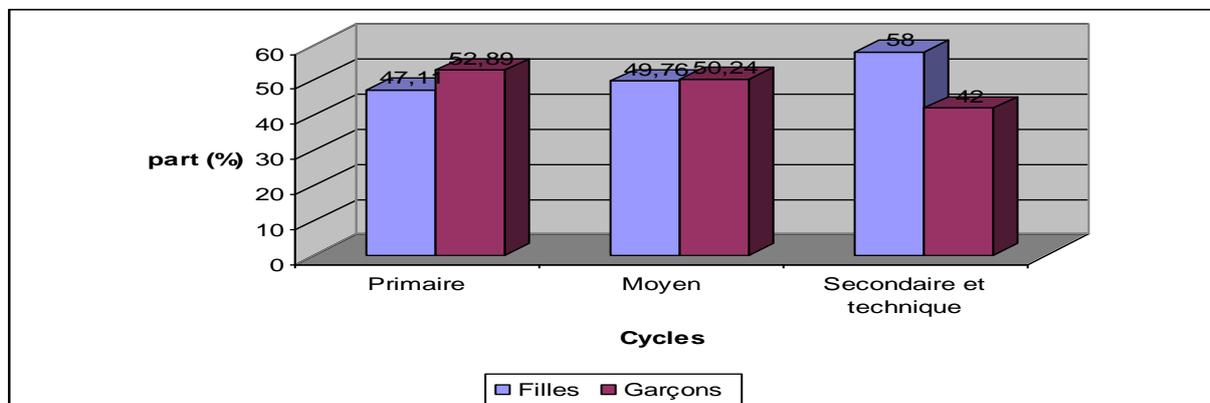
Pour l'année scolaire 2008-2009, le nombre d'élèves inscrits, tous cycles confondus (primaire, moyen, secondaire et technique) s'élève à 195 889, dont 98 259 filles ; ce qui représente un peu plus de la moitié des effectifs scolarisés (50,16%).

Les filles sont plus présentes dans les niveaux secondaire et technique, avec une part de 58% du total des inscrits, soit près de 19 373 filles sur un total de 334 405 élèves. Cette présence féminine peut nous renseigner sur des taux de réussite plus élevés, chez les filles dans les cycles inférieurs (primaire et moyen).

Dans les cycles primaire et moyen, la présence des filles est plus ou moins équivalente à celle des garçons. Elles représentent respectivement 47,11% et 49,76% du total des inscrits.

Le taux de scolarisation des filles ayant 5-19 ans atteint 75,15%, contre 71,70% pour les garçons.

Figure n° 10 : Répartition des élèves scolarisés par sexe (2008-2009)



Source : Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultats 2008, Edition 2009

Le tableau n° 18 (page 103) illustre les taux de réussite dans les différents examens de fin de cycles, qui sont désormais en faveur des filles, même s'ils n'ont pas atteint les moyennes nationales. En effet, les taux de réussite des filles enregistrés pour l'année scolaire 2008-2009, et pour les trois cycles, sont respectivement de 50,31% ; 58,90% et 61,59%, qui sont en dessus des taux de réussite masculins.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Aussi, il y a lieu de noter qu'au sein des admis, la part des filles dépasse celle des garçons pour les trois cycles. Cette différence est plus apparente dans les cycles supérieurs. En effet, pour le BAC, sur les 10 302 admis, près de 2/3 sont du sexe féminin, soit 6 665 filles contre 3 637 garçons. S'agissant du cycle moyen, 5 770 filles ont réussi les épreuves de fin de cycle, sur un total de 9796 admis, soit près de 60%. Alors que pour le cycle primaire, les parts sont presque similaires avec 50,30% des filles et 49,70% des garçons.

Tableau n° 18 : Taux de réussite scolaire par sexe et par cycle (2008-2009)

Cycle	Effectifs		Admis	Taux de réussite (%) ²²		
	F	G		F	G	T
Primaire (6 ^{ème})	9 222	9 110	18 332	50,31	38,81	41,96
moyen (BEM)	5 770	4 026	9 796	58,90	52,57	54,47
secondaire (BAC)	6 665	3 637	10 302	61,59	58,31	60,39
Total	21 657	16 773	38 430			

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultats 2008, Edition 2009

Déperdition scolaire :

Dans son ensemble la déperdition scolaire a enregistré sur les trois années scolaires considérées (2005 – 2008) des baisses qui concernent et les filles et les garçons, en passant de 10 918 à 8 514, pour les trois cycles, soit une baisse de 16,5%. (13,91% pour les garçons et 20,19% pour les filles), comme le montre le tableau n° 19 (page 104). Mais cette baisse de la déperdition scolaire ne concerne que les cycles primaire et secondaire, dont les taux de baisse durant la période considérée sont respectivement de 82,5% et 60%. Alors que dans le cycle moyen, on enregistre une hausse de 50% (28,5% pour les garçons et 102% pour les filles). Relativement aux garçons, les filles sont moins touchées par la déperdition scolaire. Pour l'année scolaire 2007/2008, si une fille est concernée par la déperdition, plus de deux cas (2,4) concerne les garçons. Au niveau moyen les filles concernées par la déperdition sont de l'ordre de 2 409 cas, soit près de 40%, même proportion enregistrée au niveau secondaire avec 909 filles sur un total de 2 127 cas.

²² Le taux de réussite exprime le rapport entre les Admis et les présents aux épreuves.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Tableau n° 19 : Les cas de déperdition scolaire par sexe et par cycle (2005 – 2008)

		2005/2006	2006/2007	2007/2008
Primaire	M	566	342	105
	F	284	197	44
	Total	850	539	149
Moyen	M	2 980	3 654	3 829
	F	1 191	2 411	2 409
	Total	4 171	6 065	6 238
Secondaire	M	2 439	1 537	1 218
	F	2 738	1 323	909
	Total	5 177	2 860	2 127
Totaux	M	5 985	5 533	5 152
	F	4 213	3 931	3 362
	Global	10 198	9 464	8 514

Source : établi à partir des annuaires statistiques de la DPAT de la wilaya de Bejaia

b- L'enseignement supérieur

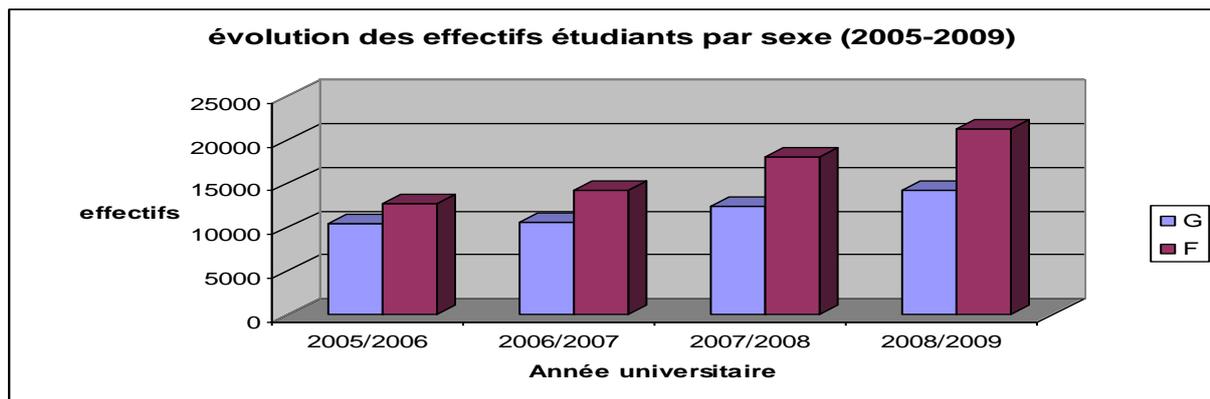
La wilaya de Béjaïa dispose d'une université qui a ouvert ses portes depuis le 5 novembre 1983, avec à l'origine deux instituts nationaux d'enseignement supérieur (INES) (Electrotechnique et des sciences de la nature), puis d'autres instituts ont été ouverts à partir du 5 Août 1986 (Chimie industrielle et Hydraulique). A partir de 1994, l'ensemble de ces instituts ont été regroupés sous la direction d'un centre universitaire, qui sera érigé en Université en décembre 1998, avec 4 facultés, regroupant chacune au moins 4 départements. Elle a été restructurée en (07) en septembre 2007.

L'université de Bejaia a ouvert ses portes pour la rentrée 2008-2009 avec 07 facultés et 29 départements ou filières d'enseignement, pour accueillir près de 35 509 étudiants, soit un accroissement de 16,66 % par rapport à l'année 2007 / 2008. Les filles représentent environ 60% de l'effectif total.

Evolution des étudiants inscrits à l'université de Bejaia :

Comme le montre la figure n° 11 (page 105), le nombre d'étudiants inscrits à l'université de Bejaia a enregistré une hausse de plus de 50% entre les deux années universitaires 2005/06 et 2008/09, en passant de près de 23000 à plus de 35000 étudiants. Cette hausse provient essentiellement de la croissance du nombre de filles étudiantes, dont la part ne cesse d'augmenter. En effet, les effectifs féminins ont connu une évolution nettement plus importante que celle des garçons, dans la mesure où leur nombre qui n'était que de 12736 en 2006, a atteint en 2008 un peu plus de 18000, en passant par 14326 en 2007, pour atteindre 21250 en 2009.

Figure n° 11: Evolution des effectifs d'étudiants par sexe (2005 – 2009)



Source : établis à partir des annuaires statistiques de la DPAT de la willaya de Bejaia

Au cours de ces trois dernières années universitaires, le nombre de filles a connu une évolution de plus de 2/3, alors que celle des garçons n'a enregistré que 35%. Ce qui fait que l'écart entre les deux sexes ne cesse de se creuser en faveur des filles. En 2008/2009, 6 étudiants sur 10, sont du sexe féminin.

Les filles sont présentes dans toutes les spécialités, mais cette présence est plus apparente dans quelques spécialités, où les taux de féminité dépassent 70%, Il s'agit notamment des sciences de la nature et de la vie (74,72%), médecine (72,62%), Lettres et sciences humaines (71,31%), Droit (69,63%), et dans une moindre mesure dans les sciences économiques, de gestion et de communication (53,92%). Les sciences exactes et technologiques sont donc les seules spécialités, où la présence féminine est inférieure à la présence masculine, avec respectivement 49,41% et 25,04%.

Les étudiantes sont plus concentrées dans les filières littéraires, notamment les sciences humaines (42%), sciences économiques, de gestion et de communication (18,49%), les sciences juridiques (15,36%) et les sciences de la nature et de la vie (12%). Ces quatre facultés totalisent, près de 88% des effectifs féminins²³.

c- La formation professionnelle :

Le secteur de la formation professionnelle est doté de différents établissements relevant du secteur public et privé. Ils sont au nombre de 51 avec une capacité d'accueil totale de 8448 stagiaires, répartis entre les établissements (selon qu'ils relèvent du secteur public de la formation professionnelle, public hors formation professionnelle, ou du secteur privé de la formation professionnelle) suivant le tableau n° 20 (page 106) :

²³ Voir Annexe II.8

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Tableau n° 20 : La capacité d'accueil des établissements de la formation professionnelle

Secteur des établissements de la formation (FP)	Nombre d'établissements	Capacité d'accueil
Etablissements publics de la FP (CFPA + INSFP)	24	6550
Etablissements publics hors FP ²⁴	03	375
Etablissements privés de la FP	24	1523
Total	51	8448

Source : à partir des données de l'annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultats 2008, édition 2009.

L'effectif total en formation professionnelle durant l'année 2008/2009 s'élève à plus de 13 000 stagiaires, dont 40% de filles et 60% de garçons (Tableau n° 21).

Les filles sont plus présentes dans les établissements publics hors formation professionnelle, avec près de 65% des effectifs totaux, dont l'accès nécessite souvent des niveaux scolaires élevés. Elles optent également pour les écoles privées agréées, relativement plus que les stagiaires masculins, dans la mesure où elles sont près de 60% à suivre une formation au sein de ces établissements, contre 40% des garçons.

Cependant, elles sont relativement moins nombreuses à suivre une formation au sein des établissements publics, avec 4835 stagiaires sur un total de 12017, soit près de 40%. L'on peut donc supposer que plusieurs difficultés (éloignement, transport, perception de la société,...), limitent l'accès des filles à ces établissements, qui sont limités au nombre de 24 et implantés souvent dans les chefs lieu.

Tableau n° 21 : Effectifs inscrits en formation professionnelle

Secteur des établissements de la formation (FP)	Filles	Garçons	Total
Etablissements publics de la FP (CFPA + INSFP)	4835	7182	12017
Etablissements publics hors FP	240	130	370
Etablissements privés de la FP	485	341	826
Total	5560	7653	13213

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultats 2008, édition 2009.

III.2- Analyse de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia :

Selon les données du ministère de la PME et de l'artisanat²⁵, la wilaya de Bejaia occupe la 4^{ème} position en termes de présence et de création de PME privées, avec un effectif total de 15517 PME en 2009, soit 4,48% du total national. Cette dynamique du secteur de la PME dans la

²⁴ Les établissements publics hors formation professionnelle sont constitués de : l'école paramédicale, l'école de la chambre de commerce et de l'école maritime.

²⁵ Bulletin d'Information statistique n°16 - Ministère de la PME et de l'artisanat, 2009, p15.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

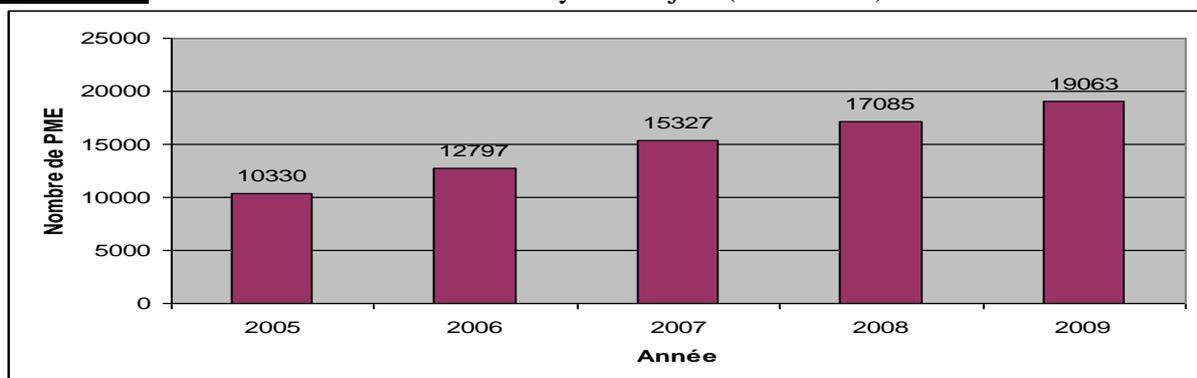
wilaya constitue un autre argument pour essayer de mesurer la contribution des femmes à cette dynamique. Nous avons ainsi tenté d'analyser les PME appartenant aux femmes en abordant les points suivants :

- Analyse quantitative et évolution
- Répartition sectorielle et spatiale

III.2.1- Evolution de la population des PME appartenant aux femmes :

A la fin de l'année 2009, le nombre des PME (PME privées et artisans) déclarées s'élève à 19063 entités, alors que leur nombre en fin de 2005 était de 10330 entreprises. En cinq ans, cette population de PME a enregistré un taux d'évolution de 84,54%, soit une croissance annuelle de plus de 21%. La figure n° 12 retrace l'évolution de la population de PME au niveau de la wilaya de Bejaia durant la période 2005-2009.

Figure n° 12 : Evolution des PME de la wilaya de Bejaia (2005-2009)

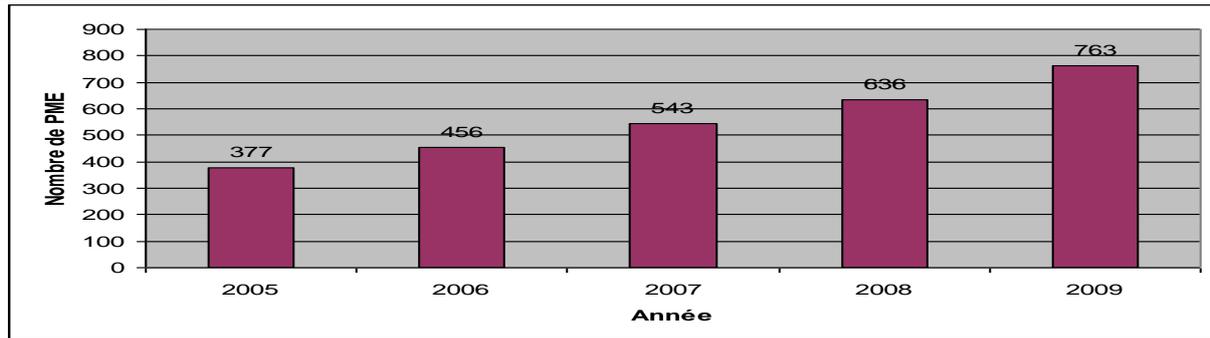


Source : établie à partir des données des rapports d'activité de la DPME de Bejaia (2005 – 2009)

A la fin de l'année 2009, et sur un total de 19 063 PME, seulement 4% appartiennent aux femmes, soit 763 entités. Ce nombre était de 377 PME en 2005, soit la moitié de l'effectif enregistré en 2009 ; ce qui correspond à une évolution annuelle moyenne de l'ordre de 20%. En effet, le graphe n° 13 qui illustre cette évolution fait apparaître un nombre de plus en plus croissant de PME, mais le rythme de cette croissance demeure faible et leur part dans l'effectif global demeure insignifiant.

Le nombre de PME qui appartiennent aux femmes et qui était de l'ordre de 377 en 2005 a atteint en 2006, 456 entités, pour passer à 543 en 2007. Entre 2008 et 2009 cet effectif a connu une évolution de 19,96%, en passant de 636 PME à 763. La participation des femmes à l'activité entrepreneuriale demeure de ce fait très faible. En effet, pour l'année 2009, seules 4% des PME ont été l'œuvre des femmes, contre 3,65% en 2005.

Figure n° 13: Evolution des PME appartenant aux femmes (2005-2009)



Source : établie à partir des données des rapports d'activité de la DPME de Bejaia (2005 – 2009)

Les taux de féminité dans l'activité entrepreneuriale dans la wilaya diffèrent d'un secteur à un autre. En effet, le tableau n° 22 qui reprend les statistiques de 2009 montrent que les femmes sont plus représentées dans les services avec 8,69%. Les secteurs de l'agriculture & pêche et le BTP occupent la deuxième position, avec 2,45% chacun. Alors que pour les activités artisanales et industrielles, seules 1,26% et 1,11% des PME recensées appartiennent aux femmes.

Tableau n° 22 : Représentation des femmes entrepreneures par secteur fin 2009

Secteur	Total	Femmes	part (%)
Services	6572	571	8,69
Industrie	1705	19	1,11
BTP	2855	70	2,45
Agriculture et pêche	286	7	2,45
Artisanat	7645	96	1,26
Total	19063	763	4,00

Source : établie à partir des données du rapport d'activité 2009 de la DPME de Bejaia

III.2.2- Analyse spatiale des PME appartenant aux femmes:

L'analyse de la répartition géographique des PME appartenant aux femmes, dans la wilaya de Bejaia indique une forte concentration dans quelques communes, puisque près de 80% sont concentrées sur seulement dix communes, alors que le reste des PME (20%) se répartissent sur 42 communes.

Le tableau n° 23 (page 109) indique une concentration particulière dans la commune de Bejaia qui abrite 313 entités, soit plus de 41%, suivie de la commune d'Akbou qui accueille 10,48%. Ces deux communes à elles seules renferment un peu plus de la moitié du parc de PME appartenant aux femmes dans la wilaya.

Ces deux communes sont suivies de loin par les communes d'El Kseur et Sidi Aich, avec respectivement 5,24% et 4,98%, ainsi que les communes de Kheratta, Tazmalt, Amizour et Aokas avec moins de 4% chacune. Notons également que pour six communes, aucune PME

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

appartenant à une femme n'a été identifiée. Il s'agit de : Tamokra, Ferraoun, Taourirt Ighil, Bouhamza, Tifra et Beni Melikèche.

Il y a lieu de signaler également le nombre important de communes, pour lesquelles l'on a identifié une très faible présence des femmes entrepreneures. En effet, si l'on se fie aux données de la direction de la PME et de l'artisanat, elles sont 08 communes à avoir une femme entrepreneure, et 10 communes où l'on a identifié deux femmes entrepreneures.

Tableau n° 23 : Répartition spatiale des PME appartenant aux femmes (2009)

Commune	Nombre	%	% cumulé
Bejaia	313	41,02	41,02
Akbou	80	10,48	51,51
El Kseur	40	5,24	56,75
Sidi- Aich	38	4,98	61,73
Kheratta	30	3,93	65,66
Tazmalt	27	3,54	69,20
Amizour	26	3,41	72,61
Aokas	23	3,01	75,62
Timezrit	17	2,23	77,85
Ouzellaguen	15	1,97	79,82

Source : à partir des données du rapport d'activité 2009 de la DPME de Bejaia

Un autre indicateur permet également de se rendre compte de la faible participation des femmes dans la vie entrepreneuriale. Le rapport des femmes entrepreneures à la population totale féminine fait ressortir un taux de 0,14% pour la wilaya de Bejaia, et ce pour l'année 2008. Cet indicateur met la commune de Sidi Aich en premier lieu avec 0,51%, suivie des communes de Bejaia (0,31%), El Kseur (0,25%), Akbou (0,24%) et Aokas (0,20%), Kheratta (0,17%) et Tazmalt (0,16%)²⁶.

Les autres communes présentent des rapports en dessous de la moyenne (0,14%) enregistrée au niveau de la wilaya. Enfin, et à la fin de l'année 2008, elles sont huit (08) communes à n'enregistrer aucune PME dans leur actif.

III.2.3- Répartition sectorielle des PME féminines de la wilaya

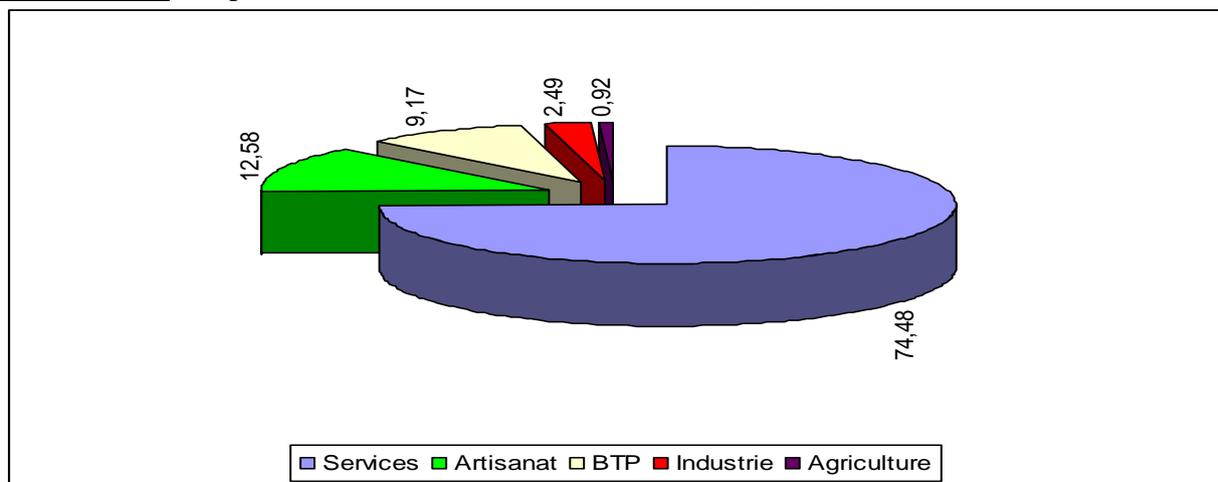
Selon la figure n° 14 (page 110) et sur les 763 PME recensées à la fin de l'année 2009, près de 2/3 relèvent du secteur des services. Cette concentration des activités féminines dans le secteur tertiaire se fait au détriment des autres secteurs d'activité. En effet, l'artisanat arrive en seconde position avec seulement 96 PME, soit 12,58%. Alors que le secteur du BTP ne représente que 9,17%.

²⁶ Voir Annexe II.9

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Les secteurs de l'industrie et de l'agriculture arrivent en dernier lieu, avec respectivement 2,49% et 0,92% du total des PME appartenant aux femmes.

Figure n° 14 : Répartition sectorielle des PME féminines (en %)



Source : établie à partir des données du rapport d'activité 2009 de la DPME de Bejaia

Le secteur des services qui arrive en première position se caractérise par la prédominance des fonctions libérales avec 210 PME, soit près de 37% du total des services, notamment dans les domaines sanitaire (149) : médecine, pharmacie, chirurgie dentaire, et juridique (29) : notariat, avocat, huissier, mais aussi dans les domaines techniques, comptables et financiers (34) : bureau d'études, bureau de comptabilité, et assurances.

Les fonctions libérales sont suivies des branches de transport (17,33%), commerce de détail (16,28%), hôtels, cafés et restaurants (8,05%) et commerce de gros et distribution (3,85%).

Les femmes sont moins présentes dans les services liés à l'éducation et la formation, l'informatique, l'immobilier, l'entretien,... dont la part dépasse à peine 1% par branche.

Le secteur de l'artisanat totalise 96 PME (12,58%), réparties notamment entre ateliers de confection (28%), pâtisseries et gâteaux traditionnels (24%), et coiffure et esthétique (21%).

Les femmes sont également présentes dans le secteur du BTP, dans lequel on a recensé 70 entreprises soit 9,17%. Quant au secteur industriel qui compte 19 femmes, dont 4 dans l'agroalimentaire et 9 dans les matériaux de construction. Alors que le secteur agricole arrive en dernière position avec seulement 0,92% des PME, soit 07 entreprises.

III.2.4- Répartition des PME selon la taille et l'année de création :

L'effectif qui constitue l'un des indicateurs de mesure de la taille d'une entreprise, permet dans notre cas d'affirmer que les femmes de la wilaya de Bejaia créent le plus souvent de très petites entreprises (TPE) dont l'effectif ne dépasse pas 9 employés, qui représentent plus de 98% du total des PME féminines, soit 749 entités ; alors que les entreprises de petite et

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

moyenne dimension ne représentent respectivement que 1,57% et 0,26%, comme le montre le tableau n° 24 ci-après.

Aussi, (l'annexe II.10) montre qu'au sein même des TPE, celles ayant un seul employé sont au nombre de 500, soit près de 2/3 et que plus de 16% ont un effectif de deux employés, et qu'elles sont 95% à avoir trois employés ou moins.

Tableau n° 24 : Répartition des PME selon l'effectif

Taille	Nombre	Pourcentage (%)
TPE	749	98,17
Petites entreprises	12	1,57
Moyennes entreprises	2	0,26
Total	763	

Source : établi à partir des données du rapport d'activité 2009 de la DPME de Bejaia

Pour ce qui est de l'âge des ces PME, le tableau n° 25 qui montre la répartition des PME selon l'année de création, nous renseigne sur leur relative jeunesse et l'ordre de création croissant d'une année à une autre. En effet, seulement 17% des créations sont antérieures à l'année 2000, et qu'après cette année le nombre de créations annuelles est en croissance continue, puisqu'entre 2000 et 2009 ce nombre a été multiplié par cinq en passant de 26 à 127 entités, ce qui serait éventuellement lié à l'apparition des dispositifs de financement et de promotion de la PME et les obstacles dans l'accès au travail salarié.

Tableau n° 25 : Répartition des PME selon l'année de création

Année de création	Antérieur à 2000	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Nombre	133	26	30	26	41	58	63	79	87	93	127	763
%	17,43	3,41	3,93	3,41	5,37	7,6	8,26	10,35	11,4	12,19	16,64	

Source : établie à partir des données du rapport d'activité 2009 de la DPME de Bejaia

Conclusion :

Pour conclure, nous pouvons dire que les femmes qui représentent près de la moitié de la population totale en Algérie, ont réalisé des avancées considérables notamment en matière des taux de scolarisation, ce qui a réduit de façon significative le taux d'analphabétisme chez les femmes qui dépassait 85% en 1966, a enregistré 28% en 2008.

Parallèlement à ces performances en matière d'éducation, les femmes accusent un retard en matière d'emploi dans la mesure où les taux d'occupation féminins sont relativement faibles (8,3% en 2008), contre 44% pour les hommes, et leur part dans la population occupée totale ne dépasse pas 20%.

Chapitre III : Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à Bejaia

Au cours de ces dernières années, le secteur de la PME algérien a fait une avancée considérable par rapports aux années précédentes. En l'espace de dix ans (1999-2009), la population des PME a doublé avec un taux d'évolution de plus de 110%, soit une croissance annuelle de 11%. Cependant, l'inexistence de statistiques fiables ne permet pas de se rendre compte de la place des femmes dans cette dynamique.

Néanmoins, les données de l'ANSEJ enregistrées en 2009, font état d'un taux de féminité de 14% parmi les promoteurs et la concentration des femmes ayant opté pour ce dispositif dans le secteur des services et des activités artisanales qui représentent plus de 73%.

Pour ce qui est des données relatives à la wilaya de Bejaia où l'on a réalisé notre étude de cas, il ressort que la population totale a connu au cours des trente dernières années un accroissement de plus de 75% et a atteint 904 220 habitants (RGPH d'avril 2008) où les femmes représentent près de la moitié (49,5%).

L'évolution des effectifs féminins dans les différents cycles d'enseignement se confirme de plus en plus et dépasse celle des garçons. Aussi les taux de réussite sont en faveur des filles et les cas de déperdition scolaire concernent surtout les garçons.

Dans l'essai d'évaluation de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia, on s'est basé sur les données de la Direction de la PME et de l'artisanat enregistrées en 2009. Les principaux enseignements quant à la participation des femmes dans l'activité entrepreneuriale sont les suivants :

- La faible présence des femmes dans le tissu entrepreneurial de la wilaya de Bejaia : Seule une proportion de 4% de la population des PME leur appartiennent.
- Le nombre de PME appartenant aux femmes a connu une évolution continue durant la période (2005-2009), avec un taux de croissance annuel de près de 20%.
- Le secteur des services est celui qui a enregistré le taux de féminité le plus élevé, où les femmes représentent plus de 8%, en fin 2009.
- La répartition spatiale des femmes entrepreneures laisse apparaître un déséquilibre entre les différentes communes de la wilaya. En effet, près de 52% sont concentrées dans deux communes (Bejaia et Akbou).
- Les activités relevant du secteur des services et de l'artisanat qui représentent près de 87%, semblent être les plus ciblées par les femmes de la wilaya, au détriment des autres secteurs.

CHAPITRE IV : APPRECIATION DES CARACTERISTIQUES DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ A BEJAIA.

Introduction :

Il est nécessaire de rappeler que le premier objectif de notre travail consiste à donner un aperçu sur la place des femmes dans l'activité entrepreneuriale au niveau de la wilaya de Bejaia. En considérant l'entrepreneuriat féminin comme tout processus de création de PME par une femme, qui commence par une idée et se concrétise en projet. Au centre de ce processus se trouve en effet la créatrice qui doit assurer également la gestion la plus efficace afin d'assurer la pérennité de son entreprise.

L'étude des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin revient donc à analyser les caractéristiques de cet acteur principal en l'occurrence « la femme entrepreneure », qui est propriétaire et dirigeante de l'entreprise. Par conséquent ses aspects personnels, son profil et ses motivations ont une grande influence sur ce processus.

Aussi, nous estimons que quel que soit l'angle d'attaque, l'analyse de l'activité entrepreneuriale féminine dans la wilaya de Bejaia, ne peut être fructueuse et pertinente que si elle porte une attention particulière aux caractéristiques de l'entreprise elle-même.

De même la femme entrepreneure est appelée à gérer et à développer son entreprise, tout en tenant compte de la perception particulière de la société envers elle et qu'elle devait surmonter un certain nombre d'obstacles de part son statut de femme. Ce qui rend l'étude de la relation développée par une femme entrepreneure avec son environnement plus que nécessaire dans l'étude de l'activité entrepreneuriale féminine.

Pour réaliser ce travail, nous avons opté pour une démarche empirique centrée sur une enquête de terrain, qui est une méthode de collecte de données. En effet, un questionnaire est adressé aux femmes entrepreneures de notre échantillon en vue de les caractériser dans leur activité entrepreneuriale de manière plus profonde.

Nous évoquerons donc dans ce chapitre deux grands points. Le premier qui se veut une présentation de la démarche méthodologique de l'enquête de terrain mettant en évidence la méthodologie du travail, la démarche préconisée dans le choix de la population et de l'échantillon d'étude. Quant au deuxième point, il sera consacré à la présentation des principaux résultats de l'enquête de terrain.

I. La démarche méthodologique de l'enquête de terrain

Ce point sera consacré à la présentation de la démarche méthodologique adoptée dans le cadre du travail de terrain. Dans un premier lieu, nous présenterons les objectifs de notre enquête, suivie d'une conception du questionnaire et terminée par la présentation des difficultés rencontrées durant l'enquête. En seconde lieu, nous utiliserons des outils méthodologiques pour constituer la population et l'échantillon d'étude et présenter leurs principales caractéristiques.

I.1 Méthodologie du travail

En complément des informations quantitatives obtenues auprès des différents organismes publics, l'analyse qualitative requiert la constitution d'un échantillon de PME appartenant aux femmes et ce pour une analyse plus poussée de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia.

I.1.1- Objectifs de l'enquête de terrain :

L'analyse de l'entrepreneuriat féminin ne réside pas uniquement dans le fait d'évaluer le mouvement des entreprises appartenant aux femmes en matière de création, de radiation ou plutôt de réactivation, dans une région ou dans un pays ; mais aussi et surtout par une approche qualitative qui vise essentiellement à évaluer les spécificités des créatrices, tant au niveau personnel, qu'organisationnel et relationnel, en abordant notamment leurs caractéristiques sociodémographiques, leurs motivations, les caractéristiques de leurs entreprises, ainsi que les principaux problèmes qui leurs sont spécifiques.

Dans notre enquête, il sera donc question d'aborder ces différents niveaux d'analyse, qui s'imbriquent et ce pour une meilleure compréhension de la réalité des femmes entrepreneures, qui nous semble indispensable dans toute prise de décisions ou de conduite d'actions visant la promotion de l'entrepreneuriat féminin.

I.1.2- Confection et contenu du questionnaire d'enquête

Sur la base de la partie théorique (partie I) et des informations nécessaires pour répondre à nos questionnements et dans le but d'atteindre nos objectifs, nous avons élaboré un questionnaire comportant 29 questions¹. Selon la nature des réponses qu'on cherche à obtenir, les questions sont soit ouvertes ou fermées. Elles s'articulent autour de quatre (04) principaux axes :

¹ Annexe I : Questionnaire de l'enquête

Chapitre IV Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia

- 1- Profil de l'entrepreneure
- 2- Caractéristiques de l'entreprise
- 3- Relation avec l'environnement.
- 4- Opinions sur l'entrepreneuriat féminin

a- Profil de l'entrepreneure :

Ce premier groupe de questions vise à recueillir des renseignements relatifs aux caractéristiques personnelles de la femme entrepreneure à savoir, les caractéristiques sociodémographiques : l'âge, l'état matrimonial, le nombre d'enfants à charge, la situation familiale et la présence d'entrepreneurs dans l'entourage familial. Viennent ensuite des informations liées au type de formation suivie, en faisant apparaître le niveau de formation et le domaine ou plutôt la spécialité suivie. Cet axe nous permet également de présenter les trajectoires professionnelles des femmes avant la création de leur propre activité : statut antérieur à la création, nombre d'années d'expérience cumulée, statut dans le dernier emploi. Enfin, un dernier point relatif au sujet des motivations est abordé, et qui nous permettra de se renseigner sur les raisons qui sont à l'origine de la décision de création.

b- Caractéristiques de l'entreprise :

A ce niveau il s'agit d'identifier d'une manière détaillée l'entreprise enquêtée, à savoir : sa raison sociale, son lieu d'implantation, son statut juridique, son secteur d'activité, ses principaux produits ou services, la composition de son effectif et les modes de financement au cours de la phase de démarrage. Ce point nous permet aussi de présenter la situation économique de l'entreprise à travers des données d'ordre techniques : l'évolution de l'effectif, du chiffre d'affaires et des résultats enregistrés. Il sera également question de s'intéresser aux objectifs stratégiques fixés à long et moyen terme, ainsi que la démarche à suivre pour les atteindre.

c- Relation avec l'environnement :

Dans cette partie, les questions abordent particulièrement l'environnement et l'entourage de l'entreprise. Il s'agit précisément d'informations sur les obstacles auxquels les femmes ont fait face au moment de la création ou durant la phase d'exploitation, l'existence d'une éventuelle discrimination relative à son statut de femme, le soutien de l'entourage proche ou celui des autres femmes entrepreneures.

La question des réseaux se pose aussi à ce niveau. Il s'agit de savoir si les femmes enquêtées font partie d'un quelconque réseau, sa nature et éventuellement les facteurs qui freinent leur implication dans ces réseaux.

Chapitre IV Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia

Nous ne manquerons pas également de se renseigner sur l'appréciation des femmes à l'égard des dispositifs d'aide à la création et la promotion de PME et l'état de ses relations avec les collectivités locales.

d- Opinions sur l'entrepreneuriat féminin :

Dans cet axe, l'objectif recherché est double : d'un côté, laisser le champ aux femmes enquêtées pour s'exprimer sur les mesures qui leurs semblent pertinentes pour stimuler l'entrepreneuriat féminin ; et de l'autre délivrer leur opinion sur un certain nombre d'assertions relatives à l'entrepreneuriat féminin.

I.1.3 Déroulement de l'enquête :

Le travail de terrain a été entamé début Mars 2010 où nous avons opté pour un recueil d'informations et de données concernant le secteur de la PME de la Wilaya de Bejaia, en s'adressant à des organismes publics, à savoir la direction de la PME et la chambre de commerce et de l'industrie de la wilaya. En complément des statistiques fournies par ces deux organismes, d'autres structures de promotion et de financement de la PME ont été saisies. Il s'agit notamment de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des jeunes (A.N.S.E.J), l'ANGEM, la CNAC, ANDI. Après cette collecte, nous avons focalisé notre étude de terrain sur les PME appartenant aux femmes.

La remise des questionnaires a débuté au mois de Mai 2010, elle a été effectuée par nos soins pour la plupart des entreprises, du moins pour celles qui ont accepté de nous recevoir. Nous avons préféré être présents lors des réponses aux questionnaires afin d'éclaircir certaines questions qui peuvent sembler ambiguës pour la répondante, et pour aborder d'autres questions qui ne sont pas posées dans le questionnaire. Cependant, en raison d'absence ou de non disponibilité de l'intéressée, nous avons été amenés à remettre le questionnaire pour le récupérer lors d'une autre visite. Pour ces cas, on a pris le soin de vérifier, en présence de l'enquêtée, que le questionnaire est bien rempli et on a fini parfois par un entretien qui pouvait aller jusqu'à une demi heure.

A la fin de l'enquête, nous avons pu distribuer les 80 questionnaires prévus initialement auprès des entreprises dont le créateur est une femme, qui sont implantées dans la Wilaya. Sur les 80 questionnaires distribués, nous n'avons pu récupérer que 47, dont 39 seulement sont exploitables (tableau n° 26, p 117).

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

Tableau n° 26 : Données relatives à l'enquête de terrain

	Entreprises
Echantillon	80
Questionnaires distribués	80
Questionnaires récupérés	47
Taux de réponse	58,75 %
Questionnaires exploitables	39

Source : Enquête de terrain.

I.2 Population et échantillonnage :

Le travail que nous proposons de réaliser porte sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia. Mais, il faut préciser que dans cette étude on se limitera au cas des petites et moyennes entreprises. Donc, la population concernée par notre étude est constituée par toutes les PME qui opèrent à Bejaia. Aussi, nous avons ciblé les entreprises créées par les femmes, c'est-à-dire on a exclu les cas de reprise. Cette attention accordée à ce type de création a pour raison de mieux comprendre les principales motivations personnelles qui incitent les nouvelles promotrices à entreprendre et les principaux problèmes rencontrés par ces dernières au début de leurs démarches entrepreneuriales (idée de projet, information sur la faisabilité du projet, étude du marché, montage du financement, attitude de l'entourage familial,...).

I.2.1 Choix de la population d'étude

En se basant sur les données de la DPME Bejaia, enregistrées fin 2009 qui font état d'un nombre de 763 PME appartenant aux femmes, nous avons exclu de notre champ d'étude les PME relevant du secteur agricole et qui sont au nombre de 07, soit 0,92% seulement ainsi que celles ayant un effectif de 50 salariés ou plus (moyennes entreprises), qui sont limitées au nombre de deux (02) entreprises seulement.

Après avoir opté pour la réduction de la taille de la population, en éliminant les PME de moyenne dimension et celles relevant du secteur agricole de notre champ d'étude, les entreprises concernées par l'enquête sont représentées dans le tableau n° 27 ci-après :

Tableau n° 27 : Choix de la population d'étude

Taille	Population	Pourcentage
Très Petites entreprises [1 à 9]	742	98,41%
Petites entreprises [10 à 49]	12	1,59%
Total	754	100%

Source : réalisé à partir du rapport d'activité 2009 de la DPME

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

Selon ce tableau, la population de notre enquête compte 754 entreprises de très petite et petite dimension, avec une prédominance des TPE, soit 98,41% de la population. Le reste (1,59%) est constitué des entreprises de petite dimension (entre 10 et 49 employés).

I.2.2 Le choix de l'échantillon :

Il serait plus pertinent de sélectionner un échantillon qui reflète les caractéristiques de la population d'étude en termes de secteur d'activité, de taille, de localisation géographique,... et ce pour représenter assez fidèlement la réalité du sujet étudié. Mais plusieurs contraintes nous ont empêchées de faire ainsi. Ces obstacles renvoient essentiellement à la crédibilité des statistiques recueillies et l'impossibilité de vérifier leur fiabilité, dans la mesure où le nom de la femme est souvent utilisé par un membre de la famille (père, mari, frère) qui assure la gestion effective de l'entreprise créée. Aussi le manque d'adresses exactes de ces entreprises a rendu la sélection de l'échantillon plus difficile.

Aussi, il y a lieu de préciser que la pré-enquête que nous avons menée au cours de ce travail nous a permis de révéler le manque d'exactitude dont souffrent les données de la DPME, dans la mesure où elles ne reflètent pas la réalité du terrain : inexactitude d'adresses fournies, non appartenance effective aux femmes de quelques entreprises sélectionnées dans le cadre de la pré-enquête, ...

Ces difficultés nous ont amené à préconiser la constitution de l'échantillon par tirage au sort, dont la taille est limitée à un peu plus de 10% de la population d'étude, soit 80 PME. À ce sujet, G. Rodolphe et M. Benjamin (2008)² stipulent, que dans le cas où il n'existe pas de base de sondage spécifique, on peut constituer un échantillon de l'ensemble de la population par tirage au sort. Avec cette méthode nous avons pris le risque de constituer un échantillon non représentatif de la population, mais qui présente l'avantage de cibler le maximum de PME appartenant aux femmes sans critère de sélection préalable.

Le tableau n°28 montre la taille et la structure de l'échantillon des entreprises retenues.

Tableau n° 28 : Taille et structure de l'échantillon retenu pour l'enquête

Taille	Population	Echantillon retenu	pourcentage
Très Petites entreprises [1 à 9]	742	78	10,51%
Petites entreprises [10 à 49]	12	02	16,66%
Total	754	80	10,61%

Source : enquête de terrain à Bejaia, 2010

² G. Rodolphe et M. Benjamin, « les enquêtes sociologiques, théories et pratique », ARMAND, COLIN 2008, p 26

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

L'échantillon sélectionné au départ était constitué de 80 entreprises appartenant aux femmes. Au terme de notre enquête, 47 questionnaires ont été récupérés, dont huit questionnaires nous ont été retournés, soit mal remplis ou carrément non remplis pour des raisons que nous ignorons. Au final nous avons 39 questionnaires validés, ce qui correspond à un taux de réponse de 48,75%. La taille de cet échantillon final représente 5,17% de la population initiale, comme le montre le tableau n° 29

Tableau n° 29 : Taille et structure de l'échantillon final

Taille	Echantillon initial	Echantillon final	pourcentage
Très Petites entreprises [1 à 9]	78	38	48,72%
Petites entreprises [10 à 49]	02	01	50%
Total	80	39	48,75%

Source : enquête de terrain à Bejaia, 2010

II Analyse et interprétation des résultats de l'enquête :

A ce stade, nous portons notre intérêt sur les résultats de l'enquête ayant trait aux caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin dans la Wilaya de Bejaia et cela à travers le traitement et l'analyse des données des questionnaires recueillis. Pour ce faire, nous avons eu recours à un logiciel informatique qui est le SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), qui nous a permis de faire une analyse descriptive pour notre base de données à travers des tableaux, des fréquences et des tableaux croisés.

Dans le but de répondre à la problématique de notre recherche, la présentation des résultats de notre enquête, fait apparaître les trois axes que nous avons développés dans le cadre conceptuel, à savoir :

- les caractéristiques ayant trait au profil personnel des créatrices,
- les caractéristiques des entreprises créées,
- les relations avec l'entourage (difficultés, discrimination,...).
- Opinions sur l'entrepreneuriat féminin.

II.1 Le niveau personnel : profils et trajectoires des femmes enquêtées

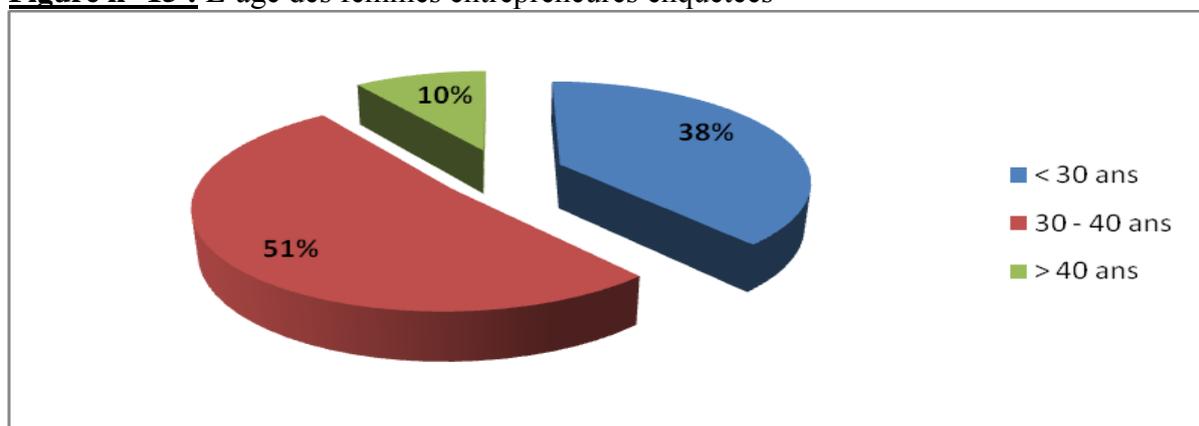
Quel que soit l'angle d'attaque, l'analyse de l'entrepreneuriat féminin ne peut être pertinente que si elle porte une attention particulière sur l'acteur principal, en l'occurrence la créatrice. Les aspects personnels liés à son profil et ses motivations, à sa situation familiale et à son parcours socioprofessionnel sont autant de facteurs qui ont une grande influence sur le processus entrepreneurial. Par conséquent ces aspects personnels seront analysés en premier lieu.

II.1.1- L'âge des femmes entrepreneures:

L'analyse des données de terrain nous permet de constater que l'âge joue un rôle important dans le projet de création de l'entreprise chez les femmes et nous renseigne sur leur relative jeunesse, avec un âge moyen des personnes interrogées de l'ordre de 32,43 ans.

La figure n° 15 montre que près de 90% des femmes enquêtées ont moins de 40 ans au moment de la création de leurs entreprises, mais c'est surtout dans la tranche d'âge [27 – 35] ans que les femmes se lancent dans la création avec 71,78% des cas. En effet, 38% ont moins de 30 ans (15 sur 39 femmes) et 51% dont l'âge se situe entre 30 et 40 ans (20 sur 39 femmes). Les femmes ayant plus de 40 ans sont au nombre de quatre (04), soit près de 10% de l'échantillon.

Figure n° 15 : L'âge des femmes entrepreneures enquêtées



Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

II.1.2- L'état matrimonial et le nombre d'enfants à charge :

Au démarrage de l'activité sur les 39 femmes enquêtées, 25 (64%) sont mariées, 12 (31%) sont célibataires et 02 (5,1%) veuves. Ces résultats laissent supposer que l'idée selon laquelle le mariage est un frein à l'initiative d'entreprendre chez les femmes, ne semble pas vérifiée d'une part, et d'autre part, les responsabilités familiales qui naissent du mariage pourraient pousser les femmes à l'acte d'entreprendre, souvent en concertation avec le conjoint et ceci dans un contexte économique caractérisé par la difficulté de trouver un travail salarié.

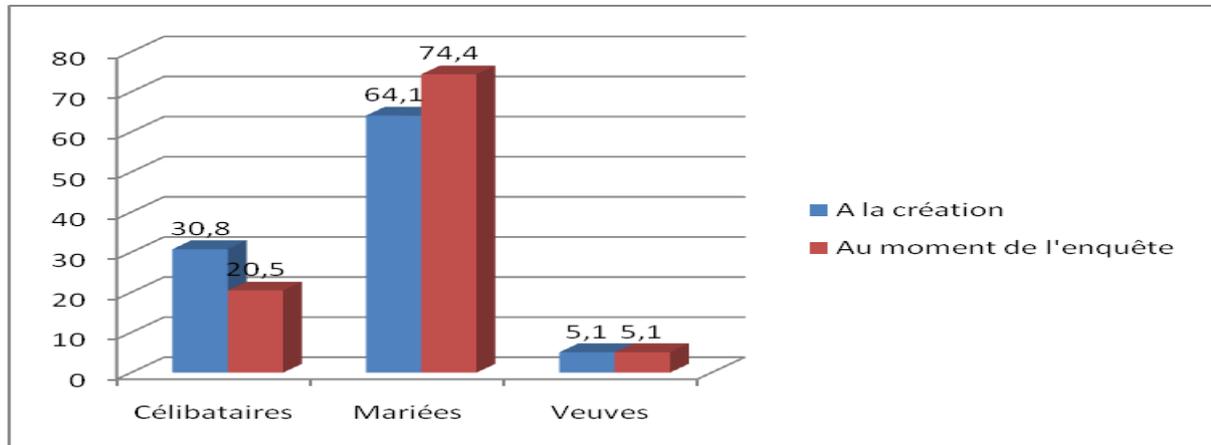
Aussi, cette situation peut s'expliquer par un contexte socioculturel algérien qui encourage le mariage à un jeune âge. En effet, l'âge moyen des femmes mariées ne dépasse pas 32 ans.

Quant à l'évolution du statut matrimonial entre la création et le moment de déroulement de l'enquête, il ressort de l'analyse des résultats qui sont représentés dans la figure n° 16 (page 121), que parmi les femmes ayant lancé leur entreprise alors qu'elles étaient célibataires, 2/3 d'entre elles ont gardé cette situation, alors que seulement un tiers, soit quatre (04) femmes ont migré vers le statut « mariées ». L'on peut donc se demander sur une éventuelle réticence au

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

mariage de la part des femmes ayant lancé leurs entreprises en étant célibataires, d'autant plus que la moyenne d'âge des femmes ayant gardé le statut de célibataires est supérieur à celui des femmes mariées, et qui dépasse 36ans.

Figure n° 16 : Statut matrimonial des femmes entrepreneures enquêtées



Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

Pour ce qui est du nombre d'enfants à charge, les femmes concernées par cette question, et qui sont au nombre de 31, au moment de l'enquête, ont dans leur très grande majorité des enfants à charge (90%), le plus souvent 2 à 3 enfants (67%). Seules 9,7%, soit 3 femmes sont sans enfants. Elles étaient 18,5% au démarrage de l'activité. Celles ayant plus de 3 enfants ne dépassent pas 10%.

Entre le démarrage de l'activité et au moment de l'enquête, la lecture du tableau n° 30 permet de constater que l'évolution du statut matrimonial concerne surtout les femmes ayant 2 et 3 enfants, dont les taux étaient respectivement de 29,6% et 11,1%, pour atteindre 41,9% et 25,8%, soit plus de 2/3 des répondantes.

Tableau n° 30 : Nombre d'enfants à charge

Nombre d'enfants	A la création	Au moment de l'enquête
sans enfants	18,5	9,7
1	29,6	12,9
2	29,6	41,9
3	11,1	25,8
Plus de 3	11,1	9,7

Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

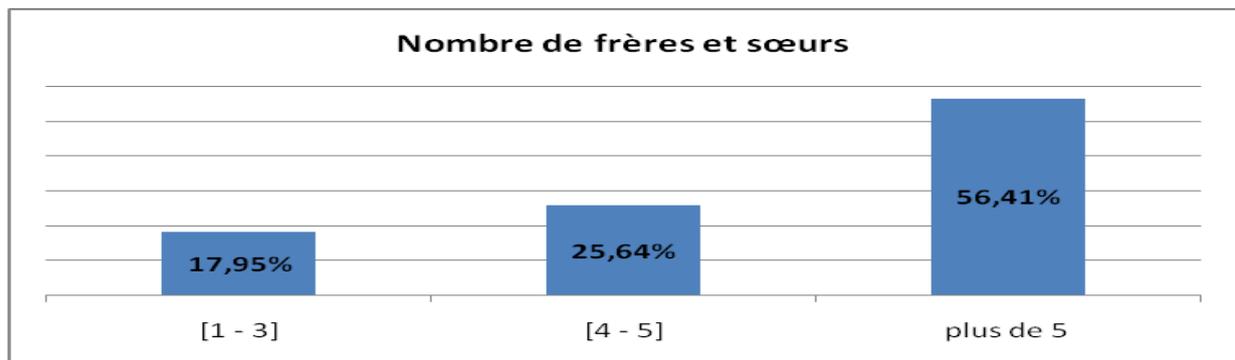
II.1.3- L'influence de la situation familiale :

Dans l'analyse de la situation familiale il était question de comprendre les caractéristiques du milieu familial de ces femmes. La figure n°17 qui illustre les résultats, montre que celles-ci sont issues de familles plutôt nombreuses, dans la mesure qu'aucune d'entre elles n'a signalé le fait d'être le seul enfant de la famille et que plus de la moitié (56,41%), soit 22 femmes ont plus de 5 frères et sœurs, et que 10 d'entre elles (25,64%) ont entre 4 et 5 frères et sœurs, alors que sept femmes seulement ont entre 1 et 3 frères et sœurs soit près de 18% des enquêtées.

Se pose alors la question de savoir si le fait d'être issue d'une famille nombreuse pousse ces femmes à la création d'activités, pour subvenir à leurs besoins et ceux de la famille, surtout pour les célibataires qui n'ont pas quitté le domicile parental, ou au contraire, la création d'activité constitue une échappatoire pour fuir ce milieu familial.

S'il n'est pas possible de donner une réponse exacte à ce stade, les motivations et les raisons qui ont été à l'origine de création pourront nous renseigner sur cet aspect.

Figure n° 17 : Nombre de frères et sœurs



Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

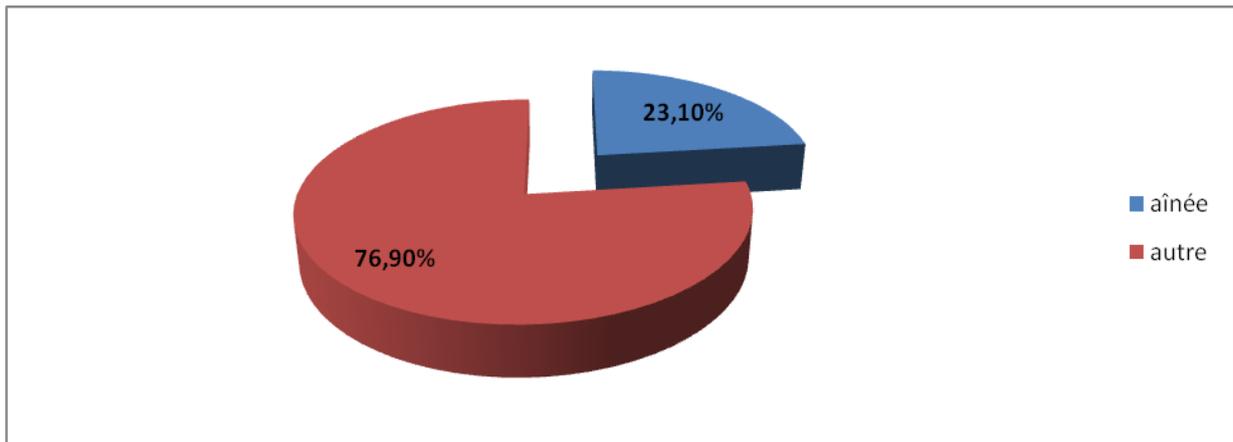
Le rang de la femme entrepreneure au sein de sa famille est une autre question qui a fait l'objet d'analyse. Le but principal est de vérifier l'idée selon laquelle les aînés apprennent plus jeunes à assumer des responsabilités et sont ainsi plus préparés à la responsabilité d'une entreprise.

Les résultats liés à la question du rang de la femme entrepreneure qui sont représentés dans la figure n° 18 (page 123), montrent que seules 9 femmes (23,10%) occupent le rang d'aînée dans leur famille. Ce résultat soulève quelques observations importantes. Premièrement, l'effet est surtout observé dans les familles nombreuses, avec une moyenne qui dépasse 5 frères et sœurs. Deuxièmement, aucune de ces femmes n'a d'autres frères et / ou sœurs entrepreneurs, alors que trois (03) d'entre elles ont des parents qui sont eux mêmes

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

entrepreneurs. Toutefois, on ne dispose pas d'informations susceptibles d'établir un lien entre le fait d'avoir un parent entrepreneur et le statut d'aînée de la famille ainsi que la décision de devenir entrepreneure. Cependant, parmi les neuf femmes, cinq (05) avouent qu'elles ont créé leur entreprise, sans entourage incitatif, dans la mesure qu'aucun membre de l'entourage n'est entrepreneur.

Figure n° 18 : Rang des femmes dans la famille



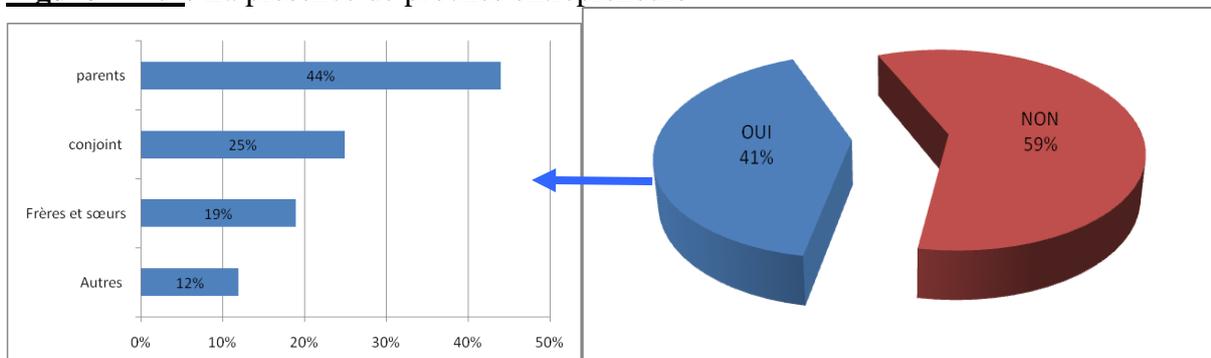
Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

Au sujet de l'entourage proche, nous avons voulu savoir justement si les femmes qui se sont lancées dans les affaires, ont des proches entrepreneurs, susceptibles d'influencer leur décision de s'orienter vers l'entrepreneuriat.

La figure n° 19 montre que beaucoup de femmes ont créé leur entreprise sans entourage incitatif. Elles sont 23 femmes (59%) à ne pas avoir un proche entrepreneur.

Sur les 16 femmes ayant répondu positivement à cette question, près de 44% (7 femmes) disent avoir un parent entrepreneur, pour 4 femmes (25%) il s'agit du conjoint, alors que pour 3 femmes (19%), il s'agit de frères et sœurs.

Figure n° 19 : La présence de proches entrepreneurs



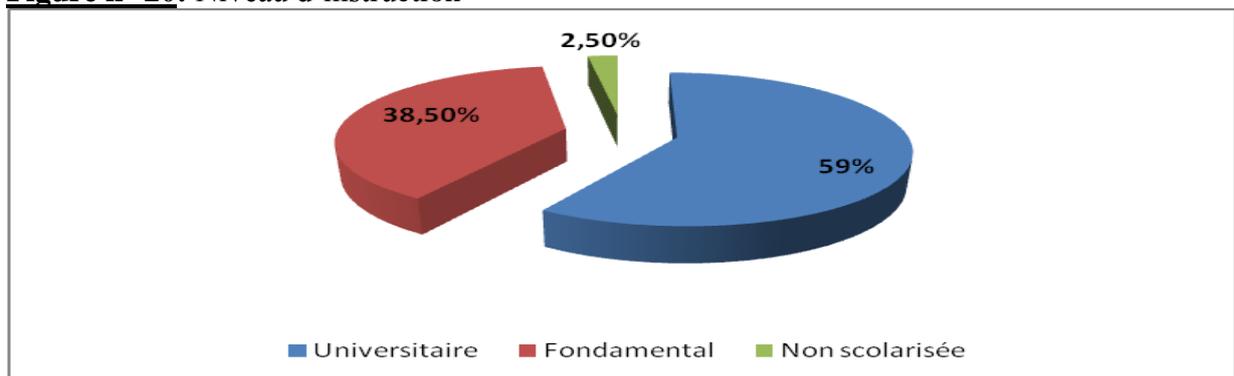
Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

II.1.4- Le niveau d'instruction :

Pour ce qui est du niveau d'instruction et de formation, le taux le plus important enregistré chez les femmes interrogées concerne le niveau universitaire avec 59% (23), ensuite le niveau fondamental avec 38,5 % (15). Seule une femme n'a pas de niveau d'instruction (figure n°20).

Les résultats font apparaître également une caractéristique importante à souligner : les femmes entrepreneures sont majoritairement diplômées avec un taux de 87,2 % (34 sur 39). Cela indique que le savoir faire et la formation professionnelle constituent aussi des facteurs importants dans l'acte d'entreprendre. Ce type de formation qualifiante ouvre des possibilités pour accéder à l'initiative privée et permet aux femmes tout au long de leurs vies professionnelles, de faire face aux problèmes et de pallier à leurs propres insuffisances. Cette formation qualifiante assure de bonnes bases, surtout qu'elle est souvent en lien avec le type d'activité exercée.

Figure n° 20: Niveau d'instruction



Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

II.1.5- L'expérience antérieure :

Les résultats relatifs au statut des femmes avant la création de leurs entreprises et qui sont illustrés dans la figure n° 21 (page 125), montrent que sur les 37 ayant répondu, 17 femmes (46%) étaient salariées et 16 (43,2%) étaient en situation de chômage, alors qu'une proportion de 10,8% (04) ont créé leurs propres entreprises juste après la fin de leurs études.

Sur le plan de l'expérience, les résultats montrent qu'un tiers des femmes de l'échantillon (13) se lancent dans leurs projets, sans aucune expérience préalable. Ces dernières sont relativement jeunes avec une moyenne d'âge de 30 ans, qui est au dessous de la moyenne de l'échantillon (32,43 ans). Par conséquent ce manque d'expérience peut être éventuellement lié à l'âge de ces femmes (figure n°22 en page 125).

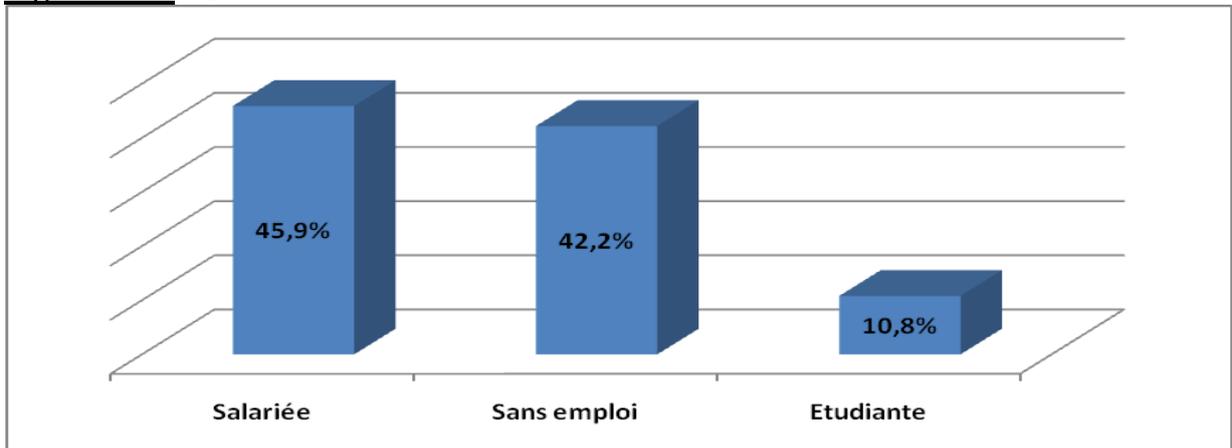
Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

Les femmes ayant dans leur actif une expérience professionnelle antérieure représentent (2/3) de l'ensemble de l'échantillon. Cette expérience est souvent acquise dans un domaine en rapport avec leur activité actuelle avec 75%, alors que celles ayant une expérience dans un domaine autre que celui de leur entreprise s'élève à 25% du total des femmes ayant une expérience.

Pour ce qui est de la durée moyenne de cette expérience, les femmes ont en moyenne 2,4 ans d'expérience dans un domaine en rapport avec leur activité actuelle. La durée dans un domaine autre que celui des activités de l'entreprise est en moyenne d'une année.

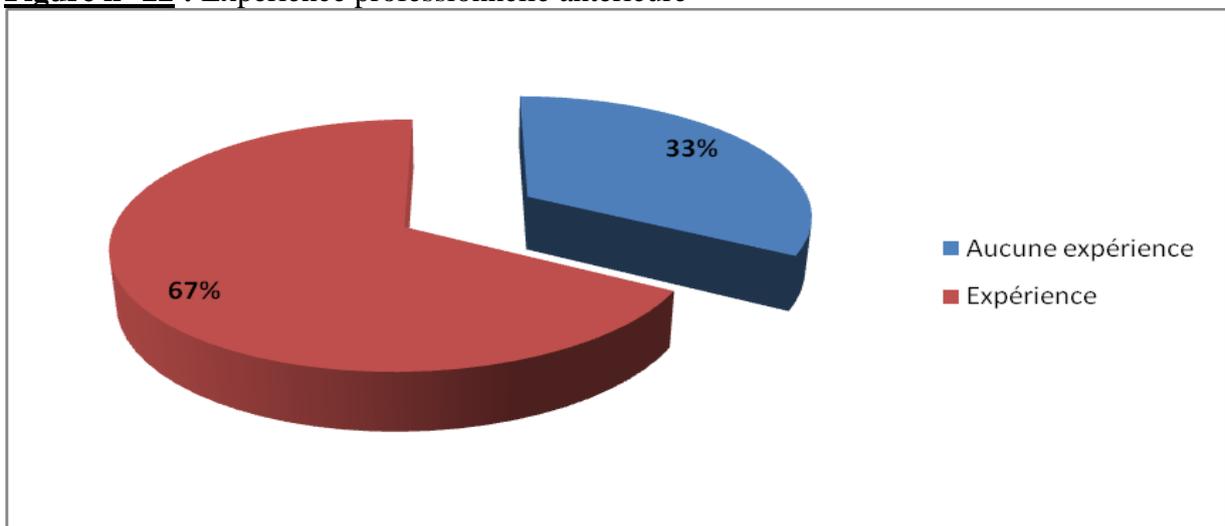
Les résultats montrent également que les femmes dans leur majorité sont à leur première expérience entrepreneuriale, dans la mesure où seule une femme avait déjà créé ou participé à la création d'une entreprise antérieure à l'entreprise objet de l'étude.

Figure n° 21 : Statut des femmes avant la création



Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

Figure n° 22 : Expérience professionnelle antérieure



Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

II.1.6- Les motivations des entrepreneures :

A la question de savoir quelles sont les raisons qui ont poussé ces femmes à s'orienter vers l'entrepreneuriat, les résultats de l'enquête permettent d'avoir quelques indications sur les motivations les plus dominantes (tableau n° 31, page 127).

A priori, les femmes de l'échantillon semblent avoir lancé leur entreprise plus par volonté que par nécessité. En effet, « la réalisation de soi et l'amour du métier » qui exprime la volonté de relever des défis et de prouver qu'on est capable, est une motivation assez présente car près de 75% ont répondu qu'elles comptent beaucoup dans leur décision d'entreprendre. Aussi, 46,15% des femmes interrogées citent « l'indépendance professionnelle » comme étant le principal mobile de leur choix de création. Viennent ensuite « la saisie d'une opportunité » et « l'autonomie financière », qui constituent la principale raison de création, pour 28% des femmes de l'échantillon.

Les motivations de nécessité semblent être les moins évoquées, si l'on considère que le taux de réponse « beaucoup » pour les quatre indicateurs est inférieur à 30%. Soutenir sa famille et contribuer ainsi au revenu familial est une motivation significative pour seulement 28% des cas ce qui serait lié au contexte socioculturel qui fait que les dépenses du ménage sont surtout la responsabilité des hommes, en tant que père ou mari. Cette motivation est suivie de « la difficulté de faire carrière » avec 18%, citée principalement par les femmes ayant déjà été salariées, et qui ont rencontré des difficultés dans leur emploi.

Le motif « perte ou difficultés de trouver un emploi » n'est pas significatif. Il ne concerne que quatre (04) femmes parmi les enquêtées. Enfin, 10% seulement des femmes ont évoqué un cas imprévisible (divorce, décès du conjoint), comme principal motif de création de leurs activités.

Les motivations de volonté même si elles sont communes à toutes les femmes, elles concernent surtout les femmes ayant un niveau d'instruction élevé. En effet, près de 75% des femmes ayant évoqué « la réalisation de soi et l'amour du métier », sont universitaires, ce qui est également valable pour « la présence d'opportunité » et « l'indépendance professionnelle » avec plus 70%. Cependant, pour ce qui est des motivations de nécessité, les résultats sont plutôt contrastés, et ne permettent pas d'établir un éventuel lien avec le niveau d'instruction, à l'exception du motif « soutien familial », cité majoritairement par les femmes ayant un niveau d'instruction relativement bas (72%).

Tableau n° 31 : Les motivations des femmes entrepreneures

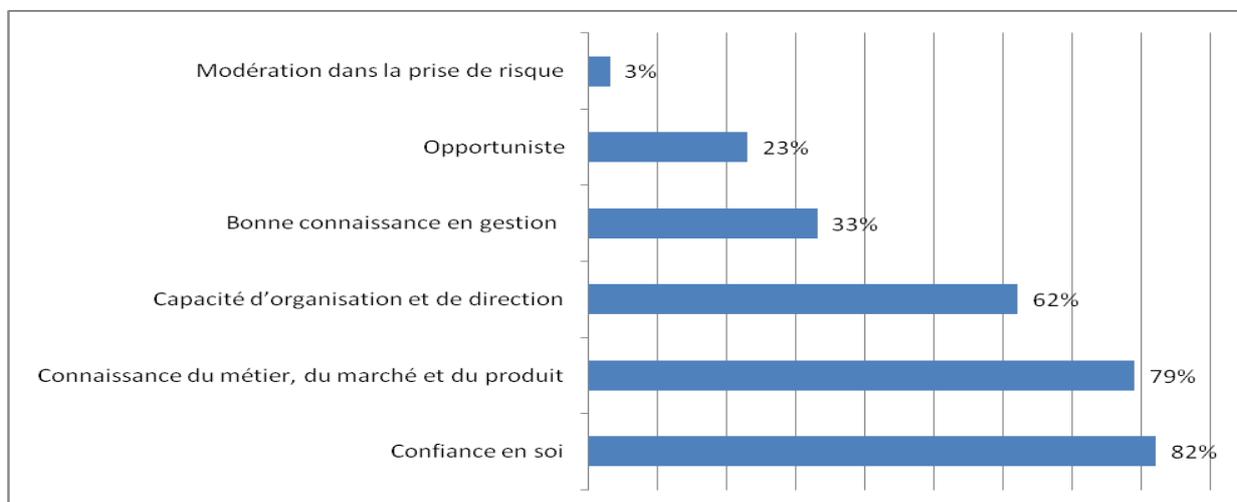
	Beaucoup		Moyennant		Un peu		Pas du tout	
	effectifs	%	effectifs	%	effectifs	%	effectifs	%
Motivations d'opportunité								
Saisie d'une opportunité	11	28,21	1	2,56	1	2,56	6	15,38
Réalisation de soi et amour du métier	29	74,36	3	7,69	/	/	2	5,13
Autonomie financière	11	28,21	7	17,95	2	5,13	1	2,56
Indépendance professionnelle	18	46,15	4	10,26	2	5,13	2	5,13
Motivations de nécessité								
Perte ou difficulté de trouver un emploi	4	10,26	4	10,26	3	7,69	7	17,95
Difficultés de faire carrière	7	17,95	4	10,26	3	7,69	7	17,95
Soutien familial	11	28,21	3	7,69	4	10,26	5	12,82
Cas imprévisible	4	10,26	/	/	/	/	11	28,21

Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.1.7- Les principales qualités :

A la question de savoir quelles sont les principales qualités indispensables pour réussir une carrière entrepreneuriale, trois qualités principales ont retenu l'attention des répondantes : La confiance en soi qui permet de valoriser leurs potentialités et capacités dans un univers socialement réservé aux hommes, s'avère ainsi la plus indispensable avec 82%. La connaissance du métier, du marché et du produit, dans un environnement de plus en plus concurrentiel est largement évoquée (79%). Vient ensuite la capacité d'organisation et de direction au sein de l'entreprise avec 62%. Les répondantes ont par ailleurs estimé que la bonne connaissance en gestion (33%), l'esprit d'opportuniste (23%), et la modération dans la prise de risque (3%) ne sont pas déterminantes dans la réussite entrepreneuriale.

Figure n° 23 : Principales qualités à la réussite entrepreneuriale

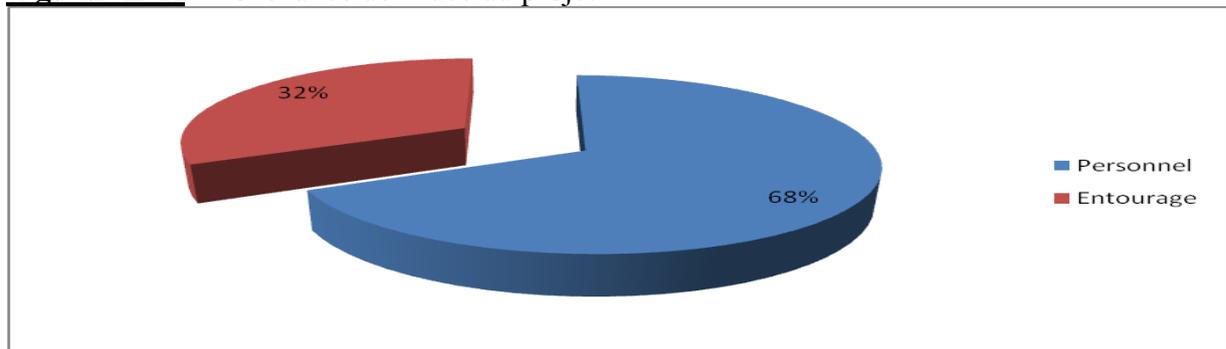


Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.1.8- L'idée du projet :

S'agissant de la provenance de l'idée d'affaires et selon la figure n° 24, on constate que les femmes de l'échantillon sont déterminées et ambitieuses. À 68%, les répondantes ont identifié sans aucune influence le type d'entreprise qu'elles ont créée. L'idée du projet est une décision personnelle, dans laquelle le type de formation suivie et l'expérience professionnelle antérieure sont des facteurs souvent déterminants. Certaines tirent leur projet des suggestions faites par leur entourage (32%) : maris, parents et amis.

Figure n° 24 : Provenance de l'idée du projet



Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

II.2 Le niveau organisationnel : Spécificités des entreprises :

Les auteurs ayant analysé les caractéristiques des entreprises créées et dirigées par des femmes semblent être d'accord sur plusieurs spécificités qui leur sont propres, notamment la concentration sur des secteurs d'activité traditionnels, les faibles montants investis, la relative jeunesse de ces entreprises ainsi que la petite taille.

Ces caractéristiques et bien d'autres feront l'objet d'analyse dans le cas de l'échantillon, à partir des données recueillies.

II.2.1- Le secteur d'activité :

Au sujet des secteurs d'activité choisis par les femmes entrepreneures, rappelant les propos de Hisrich et Peters (1991), qui indiquent que « *la nature de l'activité exercée diffère selon que l'entreprise est créée par un homme ou une femme* »³. Les femmes ont tendance à créer des entreprises dans les domaines liés aux services, alors que les hommes sont plutôt portés vers l'industrie, la construction ou la haute technologie.

Les données de l'enquête résumées dans le tableau n° 32 (page 129), confirment ces propos, avec la prédominance du secteur tertiaire qui représentent près de 70%, soit 27 femmes qui sont présentes dans les domaines de la santé (08), l'éducation et la formation (04), les activités

³ R. Hisrich et M.P. Peters, « Entrepreneurship : lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, 1991, p 61.

Chapitre IV Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia

juridiques (03), et techniques : bureaux d'études (03), mais aussi dans les domaines de la décoration et le nettoyage (02), l'assurance (01), la comptabilité (01), l'informatique (01), la restauration (01), le transport (01), et le commerce de détail (02).

Notons que parmi les entreprises qui sont dans les services, la forte présence des fonctions libérales, qui représentent près de la moitié (13 femmes).

Un quart (25,64%) des activités exercées par les femmes enquêtées relèvent de l'artisanat et sont réparties comme suit : Coiffure et esthétiques (05), confection et textile (03), Boulangerie et pâtisserie (02). Deux femmes seulement sont dans le secteur industriel (agroalimentaire).

Tableau n° 32 : Répartition des entreprises enquêtées par secteur d'activité

Secteur	effectifs	Pourcentage (%)
Services	27	69,23
Artisanat	10	25,64
Industrie	2	5,13
Total	39	100

Source : notre enquête à Bejaia, 2010.

II.2.2- Taille des entreprises enquêtées:

a- L'effectif :

L'effectif constitue un indicateur de la mesure de la taille d'une entreprise. Selon le tableau n° 33 (page 130), les femmes de l'enquête ont créé des entreprises de petite dimension, avec une prédominance des TPE (micro entreprises), soit plus de 97%. La catégorie « petites entreprises » représente une part très faible dans la mesure où une seule entreprise compte un effectif de 10 employés, à la création.

Il ya lieu de signaler, au sein de micro entreprises, la concentration des femmes ayant moins de 4 salariés, et qui représentent près de 85% du total de l'échantillon.

L'évolution de la structure de la taille des entreprises enquêtées, entre la création et le moment du déroulement de l'enquête, ne fait pas apparaitre une grande évolution en matière d'effectifs, avec toujours la prédominance de micro entreprises (92,11%), dans la mesure où seules deux entreprises sont passées de la dimension TPE à la dimension PE, et dont la part totale ne dépasse pas 8%.

Signalons qu'au moment de l'enquête, le nombre d'employés des entreprises enquêtées, varie entre 01 et 14 employés, avec la prédominance des entreprises à moins de 03 salariés.

Cette caractéristique relative à la taille des entreprises enquêtées serait éventuellement liée d'une part à leur jeune âge, dans la mesure où seules 13% ont plus de 10 ans, et d'autre part aux secteurs d'activités investis, qui ne demandent pas une forte main d'œuvre, ce qui conditionne leurs tailles.

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

Tableau n°33 : Effectifs des entreprises enquêtées

Taille	A la création			Au moment de l'enquête		
	effectifs	part (%)	% cumulé	effectifs	part (%)	% cumulé
1	13	34,21	34,21	9	23,68	23,68
2	14	36,84	71,05	11	28,95	52,63
3	5	13,16	84,21	6	15,79	68,42
4	2	5,26	89,47	2	5,26	73,68
5	1	2,63	92,11	4	10,53	84,21
6	/	/	92,11	1	2,63	86,84
7	1	2,63	94,74	1	2,63	89,47
8	1	2,63	97,37	/	/	89,47
9			97,37	1	2,63	92,11
Total TPE	37	97,37		35	92,11	
PE	1	2,63		3	7,89	

Source : notre enquête à Bejaia, 2010

b- Autres indicateurs :

D'autres indicateurs ont été prévus, pour mesurer la taille des entreprises enquêtées tels que le chiffre d'affaires du dernier exercice, ou encore le résultat net. Cependant les taux de réponse enregistrés ne permettent pas de tirer des conclusions fiables. En effet, sur les 39 femmes constituant l'échantillon, elles sont seulement trois (03) à avoir répondu à cette question. Ce qui laisse supposer que ces femmes n'accordent pas assez d'importance aux aspects comptables, ou bien elles estiment que de telles informations revêtent un caractère confidentiel.

II.2. 3- L'année de création :

On constate que les entreprises enquêtées ont été créées entre 1997 et 2009, avec un rythme de plus en plus croissant. Cette tendance s'explique par de multiples raisons, notamment les mesures d'encouragement aux entrepreneurs privés, l'ouverture économique et la liberté d'entreprise, la promulgation de textes législatifs sur la création d'entreprise (le dispositif APSI, actuellement ANDI et le dispositif ANSEJ,...). Un nombre appréciable d'entreprises, a été créé dans le cadre de ces dispositifs.

Ainsi, ces données nous renseignent sur la jeunesse des entreprises enquêtées, dans la mesure où près de 87% ont moins de 10 ans d'existence, et parmi lesquelles près de 50% ont moins de cinq (05) ans. Notons enfin que, parmi les entreprises enquêtées, la plus ancienne d'entre-elles, a vu le jour en 1997. Alors que les plus récentes ont été créées en 2009.

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

Tableau n° 34 : Classification des entreprises enquêtées selon l'année de création

Année de création	Nombre d'entreprises	Pourcentage (%)
1997	1	2,56
1998	3	7,69
1999	1	2,56
2000	6	15,38
2001	1	2,56
2002	2	5,13
2003	3	7,69
2004	4	10,26
2005	2	5,13
2006	3	7,69
2007	5	12,82
2008	6	15,38
2009	2	5,13
Total	39	100

Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.2.4- La forme juridique :

Les résultats de l'enquête confirment la conclusion largement démontrée, selon laquelle la constitution de société est beaucoup plus rare chez les femmes ; elles préfèrent demeurer propriétaire unique, contrairement aux hommes. Elles optent plus souvent pour le statut indépendant (personne physique) que pour la constitution en société (personne morale).

Dans le cas des femmes de l'échantillon, à partir du tableau n° 35, on note une plus forte proportion du statut « personne physique » avec 87,18% des entreprises enquêtées, alors qu'elles ne sont que 12,82% (05 entreprises) à avoir opté pour la constitution d'une société ayant le statut de « personne morale » : deux SARL (société à responsabilité limitée), une SPA (société par actions), et deux S.N.C (société au nom commun).

Tableau n° 35 : Répartition des entreprises enquêtées selon le statut juridique

Forme de l'entreprise	Nombre d'entreprises	Pourcentage (%)
personne physique	34	87,18
S.A.R.L	2	5,13
S.P.A	1	2,56
S.N.C	2	5,13

Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.2.5- Le financement de l'entreprise :

a- Le capital investi :

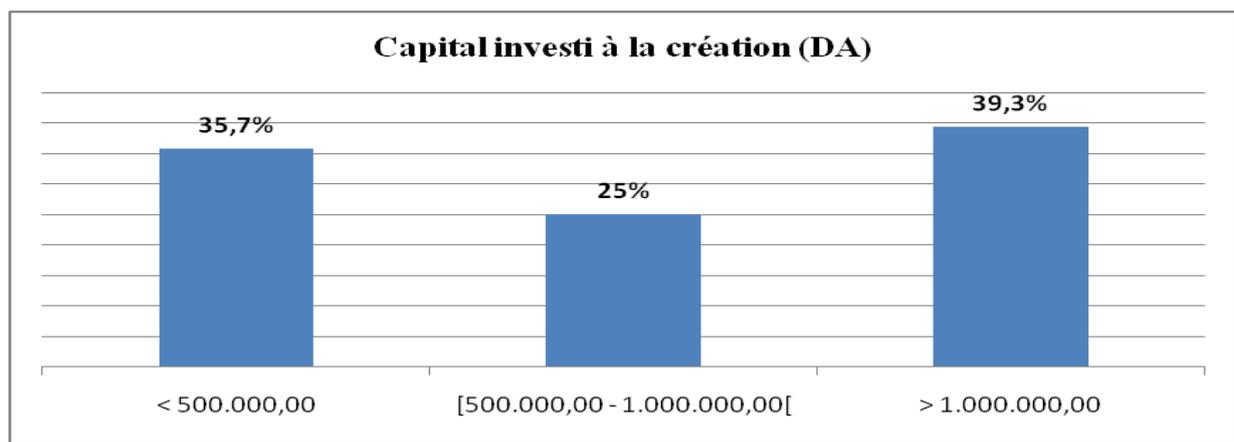
Parmi les 39 femmes entrepreneures enquêtées, 28 d'entre elles ont répondu à la question qui a trait à la valeur approximative, qui a été investie au démarrage de l'entreprise, soit un taux de réponse avoisinant 72%.

Chapitre IV Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia

Les réponses qu'on a obtenues, nous ont conduit à définir trois intervalles à partir desquels nous avons élaboré la figure n° 25, et qui fait apparaître que le montant du capital engagé au démarrage de l'activité par les répondantes était assez faible : dix sept (17) femmes, soit près de 60% des répondantes ont investi moins de 1.000.000,00 DA, parmi lesquelles dix femmes ont engagé moins de 500.000,00 DA, avec une moyenne de 310.000,00 DA par femme. Alors que onze femmes (40%) ont investi plus de 1.000.000,00 DA, parmi lesquelles plus de la moitié a engagé un montant supérieur à 2.000.000,00 DA, ce qui correspond à une moyenne de près de 2.300.000,00 DA.

Parmi les femmes ayant investi de faibles montants, figurent notamment celles exerçant une activité artisanale (coiffure, confection), ou plutôt une fonction libérale qui ne nécessite pas assez de fonds au démarrage.

Figure n° 25 : Le capital investi à la création (n = 28 répondantes)



Source : notre enquête à Bejaia, 2010

b- Les sources de financement :

S'agissant de la source des capitaux investis, toutes les femmes entrepreneures ont fourni leurs réponses, qui sont résumées dans le tableau n°36

Tableau n° 36 : La structure du financement initial des entreprises enquêtées

Sources de financement	Nombre d'entreprises	Pourcentage (%)
Economies personnelles	24	61,54
Prêt des parents	6	15,38
Prêt de l'entourage familial (autre que les parents)	24	61,54
Prêt d'amis	2	5,13
Emprunt bancaire personnel	2	5,13
Emprunt bancaire	20	51,28

Source : notre enquête à Bejaia, 2010

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

Selon les résultats de notre enquête, les capitaux initiaux investis, proviennent surtout de l'épargne personnelle des entrepreneures (61,54 %) et des capitaux familiaux, qui proviennent des parents (15,38%), mais surtout de l'entourage familial (autre que les parents), qui est cité à 61,54%. Les emprunts bancaires sont cités dans 51,28 % des cas, alors que les emprunts chez les amis, viennent en dernière position (5,13%), au même titre que les prêts bancaires personnels utilisés comme source de financement dans la création de leurs entreprises. Les femmes ayant eu recours à un prêt bancaire disent être satisfaites dans la majorité des cas (90%) de la prestation et de la qualité du service offerts par leurs banques. En effet, seules deux femmes (10%) ont souligné leur insatisfaction.

Ainsi, il convient de dire qu'on raison des contraintes d'accès aux prêts bancaires (lourdeur des procédures, manque d'informations, délais de traitement des demandes de prêts,...), les femmes entrepreneures préfèrent recourir à des voies informelles pour obtenir les fonds nécessaires. En effet, après leurs propres épargnes, elles comptent sur les capitaux familiaux (la solidarité familiale est un élément essentiel dans la création d'entreprise) ou dans certains cas sur les emprunts des amis, à condition de respecter les règles de confiance et de réciprocité qui régissent le milieu.

II.2.6- Les objectifs poursuivis :

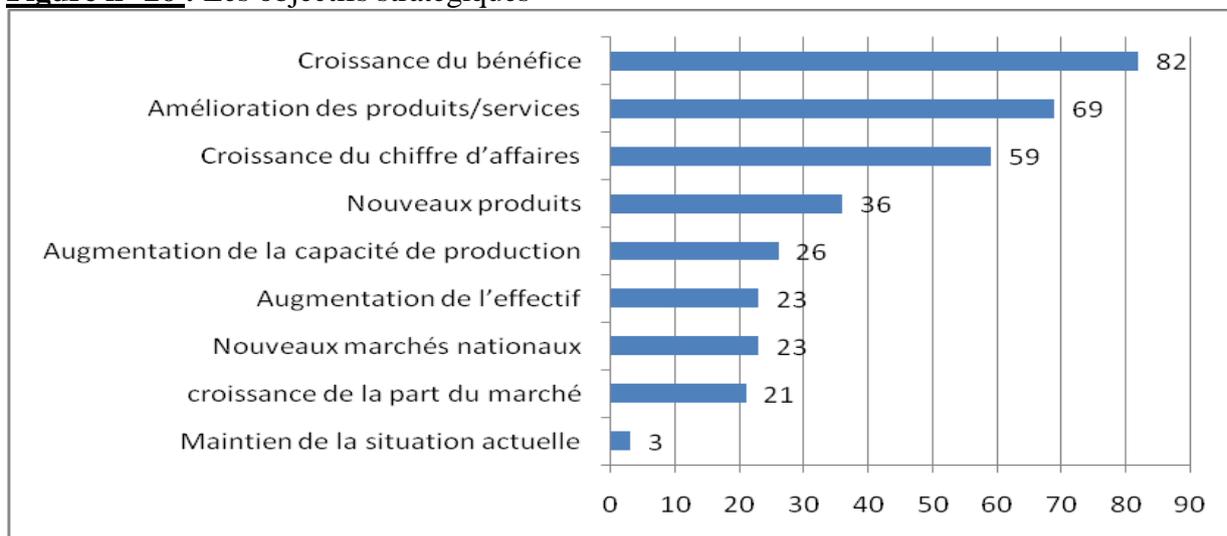
Les objectifs poursuivis et fixés est un autre aspect qui permet de comprendre les buts et les finalités que donnent les femmes à leurs projets entrepreneuriaux. Ainsi, il a été demandé aux enquêtées les objectifs stratégiques à atteindre à long et moyen terme (5 à 10 ans) pour voir si elles sont plus soucieuses par des aspects quantitatifs (chiffre d'affaires, bénéfice,...) ou plutôt par des aspects qualitatifs (satisfaction des clients, des employés,...).

Il semble que les objectifs des femmes constituant l'échantillon sont surtout d'ordre économique. En effet, sur l'ensemble des données recueillies, 82% des enquêtées retiennent la réalisation et l'augmentation du bénéfice comme principal objectif, alors que le chiffre d'affaires est cité à raison de 59%. L'augmentation de la capacité de production, la conquête de nouveaux marchés et la croissance de la part de marché constituent des objectifs cités respectivement à raisons de 26%, 23% et 21%.

La satisfaction de la clientèle passe nécessairement par l'amélioration de la qualité des produits et services, qui est un objectif largement évoqué par les enquêtées avec 69% des cas. La confection de nouveaux produits et/ou services pour répondre aux besoins précis des clients est citée par plus d'un tiers (36%) des femmes de l'échantillon. L'augmentation de l'effectif qui peut répondre à un besoin réel ressenti au sein de l'entreprise mais peut également obéir à une logique plus sociale où les femmes recrutent surtout des proches même si le besoin ne

s'impose pas réellement. Un tel objectif est cité par 23% des enquêtées. L'enquête a montré également qu'une seule femme a cité le maintien de la situation actuelle dans ses objectifs, et qu'aucune d'entre elles n'a mentionné la survie comme objectif.

Figure n° 26 : Les objectifs stratégiques



Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.3 Le niveau relationnel : Relation avec l'entourage :

L'entourage de la femme entrepreneure n'est pas sans influence sur son entreprise. En effet, celle-ci doit composer avec les différents acteurs de l'environnement : famille, institutions financières, clients, concurrents,...

Dans ce qui suit nous allons donc aborder les principaux obstacles que les femmes doivent surmonter tout au long de leur projet entrepreneurial, se demander si elles ont subi une quelconque discrimination liée à leur statut de femme et de situer le rôle de l'entourage proche (famille, amis) dans leur parcours entrepreneurial, ainsi que le type de relations entretenues avec les autres femmes entrepreneures.

Nous allons également accorder une attention à l'appréciation que font les femmes des aides publiques accordées aux entrepreneurs, ainsi que les différents dispositifs d'aides à la création et la promotion des PME.

II.3.1- Les principaux obstacles :

Le tableau n°37 (page 135) montre que les femmes ont fait face ou doivent faire face à une multitude de problèmes et d'obstacles dans leurs aventures entrepreneuriales. Les principales difficultés qu'elles doivent surmonter étant la concurrence de plus en plus rude dans un monde, longtemps fermé aux femmes qui éprouvent beaucoup de difficultés pour s'imposer

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

(71,79%). La lourdeur des procédures administratives qui est citée à raison de 56,41%, arrive en second plan. Les femmes de l'échantillon qui n'ont, pour la plupart d'entre elles, jamais été confrontées à la création d'entreprise, estiment que les formalités à remplir sont trop importantes et restent un facteur de découragement. À ce sujet il y a lieu de rappeler que 38 femmes (97,5%) de l'échantillon n'avaient à leurs actifs aucune expérience entrepreneuriale antérieure, ce qui rend les démarches administratives encore plus lourdes pour ces femmes. Aussi, cet obstacle concerne surtout les femmes n'ayant pas d'expérience professionnelle et il est moins évoqué par les expérimentées.

Sur l'ensemble de l'échantillon, 21 femmes (53,85%) disent avoir rencontré des difficultés dans le recrutement du personnel nécessaire au fonctionnement de l'entreprise. Pour 48,72% la satisfaction d'une clientèle de plus en plus exigeante pose problème. Quant aux difficultés liées à l'accès au financement se sont près de 44% des enquêtées à les avoir rencontré. C'est un problème soulevé surtout par les femmes ayant eu recours à un crédit bancaire (60%) au démarrage de l'activité et qui n'avaient pas d'autres sources de financement (économies personnelles et/ou capitaux familiaux), mais aussi par celles ayant sous-estimé le capital de départ et qui se retrouvent en difficultés ; ce qui fragilise leur position dans la négociation d'un financement externe.

Les difficultés liées à la sphère domestique et à l'entourage (« charges familiales », « manque de soutien de l'entourage proche ») sont présentes, mais ne semblent pas constituer de véritables freins. Ils ont été évoqués respectivement par 33,33% et 15,38% des enquêtées. En plus de ces contraintes, 23% des femmes évoquent le poids des charges salariales comme contrainte spécifique et en dernier plan les exigences des fournisseurs citées par 10,26%.

Tableau n° 37 : Les principaux obstacles

Type d'obstacles	Fréquence	%
Accès au financement	17	43,59
Satisfaction de la clientèle	19	48,72
Exigences des fournisseurs	4	10,26
Recrutement du personnel adéquat	21	53,85
Forte concurrence	28	71,79
Charges salariales	9	23,08
Procédures administratives	22	56,41
Manque de soutien de l'entourage	6	15,38
Charges familiales	13	33,33

Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.3.2- La discrimination :

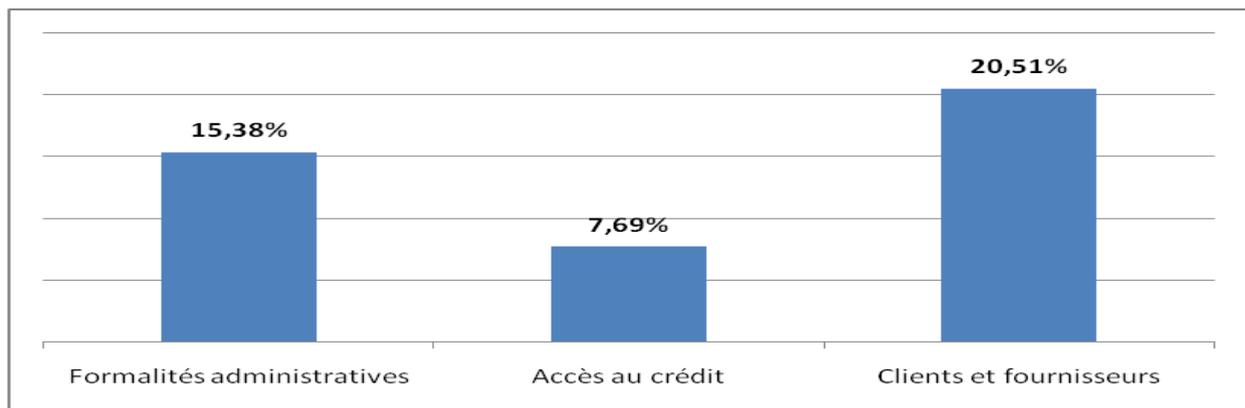
Contrairement aux idées reçues, les femmes de l'échantillon ne semblent pas ressentir une quelconque discrimination particulière relative à leur statut de femme. En effet, les résultats obtenus font état d'un nombre limité des femmes ayant vécu une situation de discrimination.

Dans ce cadre nous nous sommes interrogés sur trois aspects et sur lesquels les femmes enquêtées peuvent avoir le sentiment d'être lésées ou sous-estimées. Il s'agit des formalités administratives, de l'accès au crédit, et de la relation avec les clients et fournisseurs. Les résultats sont repris dans la figure n° 27.

Ce dernier aspect semble être le plus évoqué avec 20,51%, soit huit (08) femmes ayant souligné une discrimination à leur égard. Notons à ce sujet les propos d'une de ces femmes : « *J'ai pris rendez-vous par téléphone avec un fournisseur de la région de Sétif. Une fois le jour « J » arrivé je l'ai reçu dans mon bureau. Voilà ce qu'il m'a dit : où est le patron ? Je réponds que c'est moi. Ah bon j'ai pensé que vous êtes assistante...* ». Et elle continue « *Le fournisseur a demandé quelques jours, pour se fixer sur les suites à réserver à notre marché, et depuis il n'a donné aucun signe ...* », pour rajouter « *Je pense qu'il n'a pas l'habitude de traiter avec les femmes* ».

Les formalités administratives sont citées en second lieu par 06 femmes (15,38%) ce qui n'est pas significatif, alors que la discrimination liée à l'accès au crédit n'a été retenue que par trois femmes (7,69%).

Figure n° 27 : Types de discrimination à l'égard des femmes



Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.3.3- Soutien de l'entourage :

A ce stade, il a été question de savoir si les femmes enquêtées avaient bénéficié au niveau du proche entourage d'un éventuel soutien sur le plan moral, financier et matériel. Ceci pourrait permettre de comprendre l'attitude et la réaction de l'entourage à leur égard.

Chapitre IV Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia

Rappelons que sur la question relative aux obstacles et aux problèmes rencontrés par les femmes enquêtées, « le manque de soutien de l'entourage » n'a été validé que par 15,38%. On s'attendait donc à ce que les résultats relatifs au soutien de l'entourage confirment cette situation.

Selon le tableau n° 38, le support émotionnel qui se traduit par un encouragement par les proches est significatif. 2/3 de l'échantillon en a beaucoup bénéficié. 18% de façon moyenne et 7,69% un peu. Les créatrices n'ayant pas connu ce soutien représentent seulement 7,69% de l'effectif.

Au niveau financier également, les femmes enquêtées semblent avoir bénéficié de l'entourage dans la mesure où près de 45% disent avoir beaucoup compté sur des proches pour assurer les besoins financiers de l'entreprise, notamment au démarrage de l'activité. Elles sont 21% à avoir estimé ce soutien financier comme moyen, tandis que 18,42% n'ont bénéficié d'aucun soutien et que 15,79 jugent l'appui financier comme faible. Pour ce qui est du soutien matériel, elles sont près de 30% à avoir bénéficié de ce type d'aide, alors que près de 63% n'ont reçu aucune aide de ce type.

Tableau n° 38 : Types de soutien de l'entourage proche (%)

	Beaucoup	Moyennement	Un peu	Pas du tout
- Moral	66,67	17,95	7,69	7,69
- Financier	44,74	21,05	15,79	18,42
- Matériel	29,63	7,41	0,00	62,96

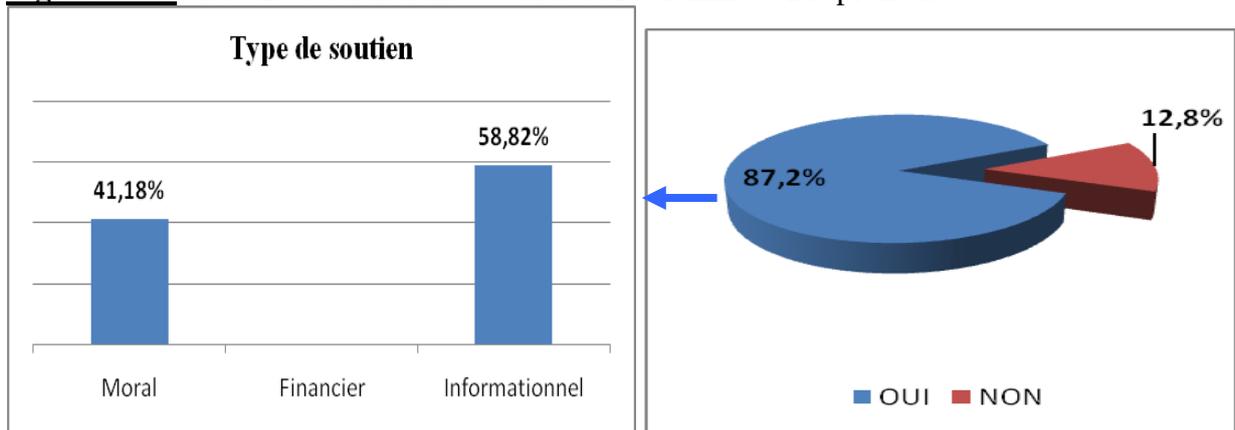
Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.3.4- Relations avec les femmes entrepreneures :

Comme l'indique la figure n° 28 (page 138), les femmes de notre échantillon ayant répondu positivement à la question de savoir si elles connaissent d'autres femmes entrepreneures, sont au nombre de 34 (87,2%), contre 12,8% n'ayant pas de relations avec des consœurs. Ceci montre que l'activité professionnelle de ces femmes constitue un espace pour développer de nouveaux rapports et élargir leur réseau relationnel.

Sur le type de relations entretenues avec les autres femmes entrepreneures, les résultats montrent surtout l'existence d'une entraide informationnelle qui est très significative (58,82%), mais aussi un fort lien émotionnel qui se traduit par un soutien moral apporté les unes pour les autres (41,18%), alors que les relations financières sont inexistantes.

Figure n° 28 : Nature des relations avec les autres femmes entrepreneures



Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.3.5- Participation aux réseaux :

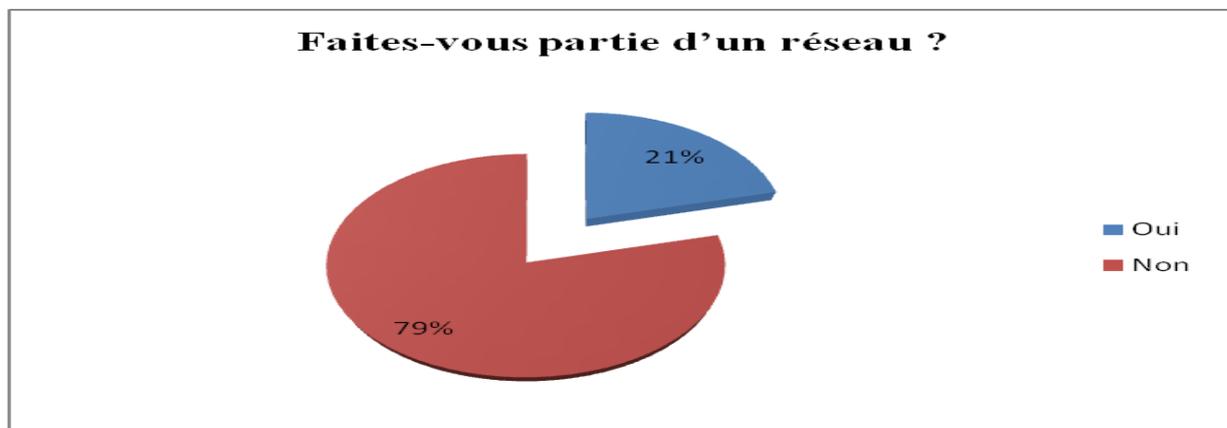
A ce niveau, nous avons abordé la question de la participation des femmes aux réseaux ou organisations professionnelles. La figure n° 29 (page 139), qui reprend les résultats obtenus, montre que 21% de notre échantillon sont membres d'un ou de plusieurs réseaux (soit 08 femmes sur 38 ayant répondu), contre 79% qui n'ont aucune appartenance à tel ou tel réseau. Ces dernières justifient leur choix par le manque de sérieux qui règne au sein de ces réseaux et ne voient aucune utilité pour s'affilier. Voici ce que nous a avancé une femme à ce sujet : « *Je ne vois aucune utilité d'être membre d'une association ou d'une organisation, lorsque les fondateurs eux-mêmes mettent les intérêts personnels au premier plan* ». Dans le même cadre une autre enquêtée a tenu à nous préciser que « *être membre d'une association ou d'une organisation n'est qu'une perte de temps qui est à mon avis précieux, ... j'ai beaucoup de choses à faire au lieu de trainer dans de telles associations* ». Alors qu'une autre a mis en lumière le regard de la société en disant « *être membre d'une association est souvent mal vu par l'entourage. Surtout que la plupart des associations sont constituées dans leur majorité d'hommes.* ». Ces propos illustrent quelques motifs de la réticence des femmes à intégrer des réseaux professionnels ainsi que les difficultés pour y faire part.

Quant aux femmes appartenant à des réseaux et qui sont au nombre de huit (08), elles sont trois (03) à être dans des organisations professionnelles, même proportion observée au niveau des associations, alors que deux femmes disent être membres d'une association dédiée aux femmes, en l'occurrence l'Association de Femmes Algériennes Cadres (AFAC) de la wilaya de Bejaia.

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

La connaissance d'autres entrepreneurs, l'échange d'expériences, le conseil, et la publicité constituent les principales attentes de ces femmes ayant fait le choix d'intégrer une organisation professionnelle ou une association.

Figure n° 29 : Affiliation aux réseaux



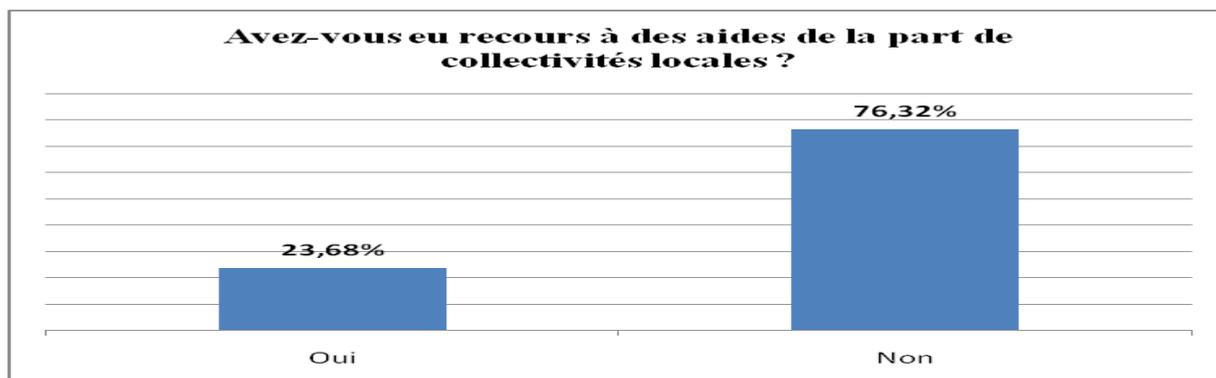
Source : notre enquête à Bejaia, 2010

II.3.6- Les programmes d'aides et de promotion aux PME :

Dans cette partie nous avons examiné d'une part les relations entretenues par les femmes entrepreneures avec le milieu en matière d'aides de la part des collectivités locales et le recours aux différents dispositifs de promotion des PME.

Pour ce qui est du premier point relatif aux rapports avec les collectivités locales, les résultats de notre investigation montrent que 76% des femmes n'ont pas eu recours à ce genre d'aides contre 23% qui ont bénéficié d'aide à l'emploi sous forme de recrutement du personnel dans le cadre de l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM). Alors que les aides à l'investissement, à la formation ou sous forme de conseils ne sont pas évoquées, comme le montre la figure n° 30 ci-après.

Figure n° 30 : Les aides reçues de la part des collectivités locales



Source : notre enquête à Bejaia, 2010

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

Pour ce qui est des dispositifs d'aide à la création et à la promotion des PME, les résultats font état d'une proportion de 41% des femmes de l'échantillon ayant fait recours aux différents dispositifs d'aide à la création, soit 16 femmes. Parmi ces dispositifs, l'ANSEJ qui est sans doute le plus médiatisé et qui répond le plus aux besoins de financement des jeunes promoteurs, demeure le plus sollicité avec près de 31% du total des enquêtées, alors que l'ANDI/APSI n'enregistre que 10% du total de l'échantillon.

Aussi, les résultats montrent que les femmes enquêtées sont majoritairement satisfaites des avantages accordés dans le cadre de ces dispositifs, puisque sur les seize (16) femmes concernées, près de 69% disent être satisfaites et 31% peu satisfaites, alors qu'aucune d'entre elles n'a retenu la mention « pas du tout satisfaite », ou encore la mention « très satisfaite ».

Notons dans ce cadre, la réflexion de l'une des femmes qui a voulu délivrer son avis sur le dispositif ANSEJ : *« Au moment où j'ai pris la décision d'opter pour ce dispositif je n'ai vu que les avantages, mais en réalité beaucoup d'aspects m'ont échappé et sur lesquels les agents de l'ANSEJ n'ont rien indiqué, et qui font qu'aujourd'hui je me trouve dans l'obligation de m'endetter davantage auprès de proches pour honorer mes engagements. Il s'agit notamment de l'obligation d'assurance tous risques pendant cinq ans et pour laquelle le coût annuel représente environ 7% de l'investissement initial, aucune assistance dans l'étude technico-économique, ... ».*

A la question de savoir si les femmes enquêtées sont favorables à la mise en place de dispositifs propres aux femmes, 2/3 des répondantes (soit 22 femmes sur 36) estiment qu'il n'est pas utile de le faire, contre 1/3 (soit 14 femmes) qui sont favorables. Ainsi une femme nous a déclaré : *« réserver un traitement spécial aux femmes à travers la mise en place de dispositifs propres ne fera que renforcer l'idée selon laquelle les femmes sont incapables d'investir le domaine entrepreneurial, ce qui est à mon sens une source de discrimination. D'ailleurs, le dispositif ANGEM par lequel de petits projets sont financés et qui est souvent considéré comme plus approprié aux femmes est une forme de caricature qu'on veut associer à ces femmes et qui fait qu'elles ne peuvent monter de grandes entreprises ».*

II.4 Opinions sur l'entrepreneuriat féminin :

Nous avons voulu terminer notre questionnaire sur quelques avis des femmes enquêtées sur la mise en place de mesures spécifiques pouvant promouvoir l'entrepreneuriat féminin, et l'idée que se font ces femmes sur une série d'affirmations.

Pour ce qui est du premier point, elles sont 33% à penser qu'il est opportun de mettre en place des mesures spécifiques pour stimuler l'entrepreneuriat féminin, sans pour autant préciser

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

la nature de ces mesures. Alors qu'elles sont 67% à ne pas valider une telle thèse, puisqu'elles considèrent qu'un traitement spécifique ne pourra que renforcer cette image d'une femme incapable de s'aventurer dans des actes entrepreneuriaux, où la volonté de la femme est indispensable. Une femme nous a délivré son avis à ce sujet : « *Je pense que les mesures spécifiques ne font ni réformer les mentalités ni changer les comportements ou encore les potentialités* ».

Enfin, une série de cinq propositions, résumées dans le tableau n°39 relatives à l'entrepreneuriat féminin ont été soumises à l'appréciation des enquêtées (1 = pas du tout d'accord, 2 = pas d'accord, 3 = plutôt d'accord, 4 = tout à fait d'accord). Les résultats sont synthétisés dans la figure n° 31 (page 142).

Sur la première proposition selon laquelle « Une femme a plus de problèmes d'accès au financement de son entreprise qu'un homme », les avis des femmes enquêtées sont partagés puisque 51% ne sont pas du tout d'accord et pas d'accord, alors que 49% sont plutôt d'accord et tout à fait d'accord. Une proportion proche de celle considérant l'accès au financement comme obstacle et qui est de 44% de l'échantillon.

Pour ce qui est de la seconde proposition, 3/4 des enquêtées approuvent le fait que « les femmes entrepreneures ont plus de difficultés à concilier vie professionnelle et vie familiale que leurs homologues masculins »

90% de l'échantillon sont d'accord avec la proposition : « Une meilleure représentation des femmes dans les réseaux de chefs d'entreprises encourage l'entrepreneuriat féminin ».

D'après plus de 2/3 des femmes, « la maternité est un obstacle à la création d'entreprise par les femmes », contre 1/3 qui ne sont pas d'accord avec cette assertion

Enfin, elles sont un peu plus de 3/4 (77%) des enquêtées qui ne reconnaissent pas que « les femmes gèrent leur entreprise d'une façon différente de celle d'un homme ».

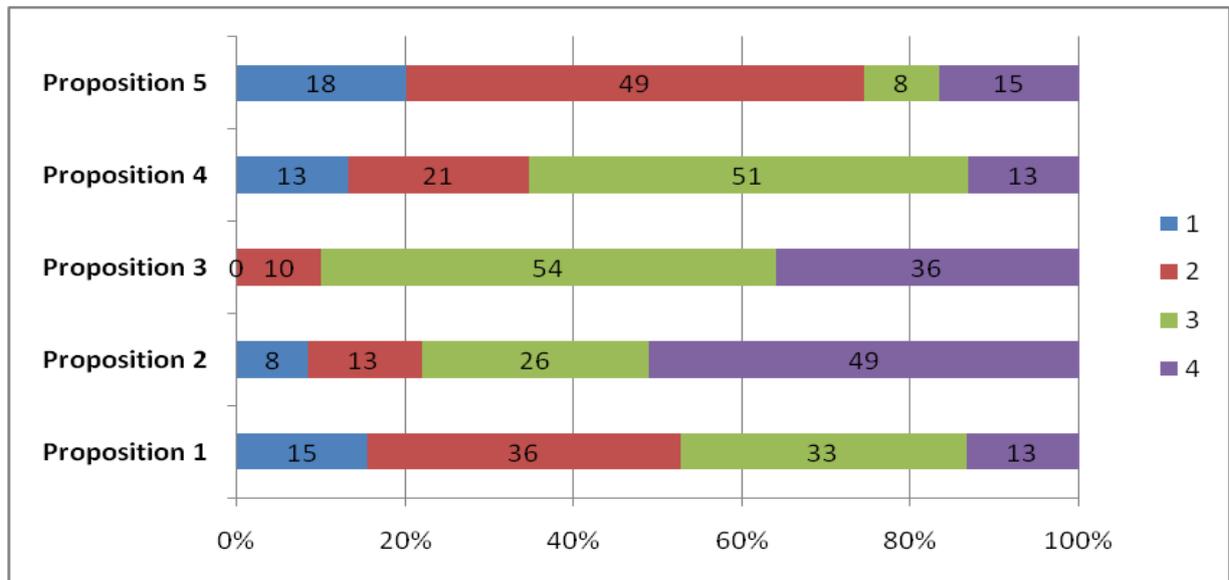
Tableau n° 39 : Assertions sur l'entrepreneuriat féminin

proposition 1	Une femme a plus de problèmes d'accès au financement de son entreprise qu'un homme
proposition 2	Les femmes entrepreneures ont plus de difficultés à concilier vie professionnelle et vie familiale que leurs homologues masculins
proposition 3	Une meilleure représentation des femmes dans les réseaux de chefs d'entreprises encourage l'entrepreneuriat féminin
proposition 4	La maternité est un frein à la création d'entreprise par les femmes
proposition 5	Les femmes gèrent leur entreprise d'une façon différente de celle d'un homme

Source : Questionnaire d'étude

Chapitre IV *Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia*

Figure n° 31 : Opinions des femmes sur des affirmations relatives à l'entrepreneuriat féminin (1=pas du tout d'accord, 2 = pas d'accord, 3 = plutôt d'accord, 4 = tout à fait d'accord)



Source : notre enquête à Bejaia, 2010

Conclusion :

Pour conclure ce chapitre, il est nécessaire de rappeler que notre objectif est d'identifier les éléments de réponses qui ont trait aux caractéristiques des femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia, et ce pour une meilleure compréhension de l'entrepreneuriat féminin.

A partir de notre enquête, nous avons pu dégager quelques éléments, ayant trait aux trois niveaux d'analyse retenus. Tout d'abord, sur le plan personnel, il y a lieu de noter que la moitié des femmes de l'échantillon ont créé leurs entreprises entre 30 et 40 ans, souvent après avoir terminé leurs études et avoir acquis une expérience, leur permettant ainsi de se familiariser avec le monde professionnel. En effet, près de 88% des enquêtées sont diplômées, et 60% ont un niveau universitaire, et que près de 2/3 ont acquis une expérience antérieure à la création, le plus souvent dans un domaine en rapport avec l'activité actuelle.

Aussi, d'autres résultats liés à la situation familiale sont à souligner. Il s'agit notamment du fait que les femmes sont issues de familles nombreuses, que le mariage ne semble pas être un frein à la création, puisque 64% des femmes étaient mariées au moment de la création et 75% au moment de l'enquête. Aussi, près de 90 % des répondantes ont des enfants, le plus souvent entre 2 et 3. Les résultats montrent également, qu'elles sont plus nombreuses à se lancer dans l'entrepreneuriat sans entourage incitatif, dans la mesure où 60% n'ont aucun proche entrepreneur. Pour ce qui est des raisons ayant mené les femmes à la création, il semble que les

Chapitre IV Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia

motivations d'opportunité sont mises au premier plan. La réalisation en soi, l'amour du métier, et l'indépendance professionnelle sont ainsi les plus citées.

En ce qui concerne les aspects relatifs aux entreprises enquêtées, les caractéristiques traditionnelles des entreprises appartenant aux femmes semblent être vérifiées. En effet, ces dernières se lancent dans la création de micro entreprises (97%), le plus souvent dans le secteur tertiaire (70%), sous forme de personne physique, qui est la forme juridique la plus adoptée (87%). Aussi, les résultats nous renseignent sur la jeunesse de ces PME, dans la mesure où près de 87% ont moins de 10 ans d'existence, au moment de l'enquête.

S'agissant des aspects liés au financement de l'entreprise, les résultats montrent que les montants engagés au démarrage sont faibles, où près de 60% ont investi moins d'un million de dinars. L'épargne personnelle et les capitaux familiaux sont les sources les plus citées (62%), à côté des emprunts bancaires qui concernent près de la moitié de l'échantillon.

Les objectifs et les finalités que donnent les femmes à leurs entreprises constituent un autre aspect d'analyse, et qui fait ressortir la dimension économique comme la plus recherchée, avec la réalisation et la croissance du bénéfice (82%) et du chiffre d'affaires (69%).

Famille, amis, institutions officielles, concurrents,... sont autant de facteurs qui composent l'entourage de la femme entrepreneure, que celle-ci doit prendre en compte dans la gestion de son activité. Nous avons ainsi tenté de comprendre le type de relations entretenues par les femmes enquêtées avec ces différents acteurs et l'existence de contraintes qui leurs sont propres.

Au sujet des obstacles, il ressort que les difficultés liées à la lourdeur des charges familiales et au manque de soutien de l'entourage et qui sont souvent reconnues comme propres aux femmes, ne semblent pas être validées dans notre cas. Aussi, les résultats font état d'un nombre limité de femmes ayant ressenti une quelconque discrimination à leur égard. Les cas cités concernent surtout la perception des clients et fournisseurs à leur égard (20%) et les formalités administratives (15%).

L'attitude de l'entourage proche est un autre thème qui concerne les femmes entrepreneures. Les résultats obtenus montrent que l'entourage proche joue un rôle important dans le parcours entrepreneurial de ces femmes. En effet, elles ont surtout reçu un soutien de type moral qui concerne 2/3 des enquêtées, mais aussi financier (45%).

Les relations entretenues et développées avec d'autres femmes entrepreneures, et qui concernent 87% des cas, sont surtout de nature informationnelle (59%) et morale (41%).

Les résultats indiquent également qu'elles ne sont que 21% à s'affilier dans un réseau ou organisations professionnelles. Plusieurs motifs ont été évoqués quant à cette réticence

Chapitre IV Appréciation des caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin à Bejaia

d'intégrer de telles structures, à l'image du manque du sérieux, le manque de temps, ou encore le regard négatif de la société.

Quant aux dispositifs de financement et de promotion des PME, elles sont 41% à faire appel à de tels mécanismes. Le dispositif ANSEJ est le plus sollicité (31%) sans doute qui répond le mieux aux attentes des jeunes promotrices.

Les femmes ayant fait appel à ces dispositifs semblent dans leur majorité, être satisfaites des avantages accordés. Aussi, 2/3 des femmes ne sont pas favorables à la mise en place de dispositifs propres aux femmes, en ce qu'elles les considèrent comme source de discrimination et renforce l'idée selon laquelle les femmes sont incapables ou moins capables d'être à la tête d'une entreprise.

Conclusion générale :

Dans ce travail, nous avons tenté de répondre à deux types de questions : d'abord, nous avons essayé d'analyser et d'évaluer l'activité entrepreneuriale féminine dans le tissu entrepreneurial, à travers la création et la gestion de PME, au niveau national et à l'échelle de la wilaya de Bejaia. . Ensuite, nous nous sommes intéressés à des aspects qualitatifs, en examinant les caractéristiques personnelles d'un groupe de femmes entrepreneures, les spécificités de leurs entreprises, et les types de relations qu'elles entretiennent avec leur entourage, dans leur statut d'entrepreneur.

La partie théorique, dans laquelle nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept de l'entrepreneuriat et présenter une revue de littérature portant sur l'entrepreneuriat féminin à travers la synthétisation des écrits qui traitent de ce thème, nous a permis de mettre au point la complexité du champ de l'entrepreneuriat, à multiple-facettes et auquel économistes, sociologues et gestionnaires ont apporté chacun, une contribution particulière et unique sur l'une ou l'autre de ces facettes.

Par rapport au thème central qui est l'entrepreneuriat féminin, l'analyse de la revue de littérature montre que les premières recherches relatives à ce domaine remontent au milieu des années 70, et limitées à quelques pays à l'image des USA, du Canada et des pays européens, qui sont les espaces géographiques les plus explorés. Par conséquent, les conclusions auxquelles ces études ont abouti ne doivent pas faire l'objet d'une généralisation, et interprétées avec précaution.

L'exploitation de la littérature nous a permis de constituer un cadre d'analyse, qui englobe l'ensemble des éléments ayant fait l'objet d'étude, et qui s'articulent autour de trois axes. Le niveau individuel, qui fait référence au profil de la femme entrepreneure (caractéristiques personnelles et parcours socioprofessionnel) constitue le premier axe. Les caractéristiques de l'entreprise en termes du choix du secteur d'activité, de la structure de financement et des objectifs stratégiques et opérationnels, etc. forment le second axe. Enfin, le troisième axe renvoie à l'aspect relationnel, qu'il s'agisse des relations entretenues avec l'entourage (familles, amis, institutions, collectivités locales, etc), ou les différentes formes d'obstacles que les femmes doivent surmonter dans leurs parcours entrepreneurial.

Au terme de ce travail qui a consisté à évaluer et caractériser l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia, nous nous sommes intéressés à l'analyse de la participation des femmes dans l'activité entrepreneuriale à travers la création et la gestion de PME en Algérie et à Bejaia où a eu lieu l'enquête de terrain. Cette dernière a eu pour but d'apprécier les aspects qualitatifs, en examinant les principaux éléments composant le cadre d'analyse retenu.

Nous avons fait des hypothèses dans le sens où la participation des femmes à l'activité entrepreneuriale est marginale. Aussi, les femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia ont des profils et des trajectoires hétérogènes, et sont à la tête de petites entreprises, souvent dans les secteurs traditionnellement féminins, sans perspectives d'évolution. Enfin, nous avons émis l'hypothèse que le statut de femme constitue un handicap supplémentaire qu'elle doit surmonter pour mener à bien son projet entrepreneurial.

L'exploitation des statistiques collectées et l'analyse des résultats de l'enquête du terrain, menées dans le cadre de ce travail, nous ont permis de valider certaines hypothèses et de rejeter d'autres.

A l'issue de notre analyse, il est difficile de ne pas affirmer la première hypothèse, dans la mesure où les défis qui attendent les femmes dans l'activité entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia sont énormes. En effet, la wilaya qui fait partie des plus dynamiques à l'échelle nationale, et qui occupe la quatrième position en matière de présence et de création de PME privées en 2009, ne compte que 4% de femmes parmi la population des PME et des activités artisanales.

S'agissant du profil personnel et des trajectoires socioprofessionnelles, il y a lieu de noter que même si les femmes de l'échantillon ayant réalisé leurs projets d'entreprises ont quelques différences, notamment celles liées au niveau d'instruction de base ou encore au statut avant la création, il semblerait qu'elles présentent beaucoup de similitudes. En effet, la formation spécialisée et l'expérience professionnelle antérieure dans le domaine investi, ainsi que l'amour du métier et l'ambition d'affirmation de soi constituent des atouts majeurs, à côté de la confiance en soi qui est aux yeux des femmes de l'échantillon la principale qualité pour réussir dans une démarche entrepreneuriale à risques. La situation familiale, souvent précaire (issues de familles nombreuses, entourage familial non incitatif) a forgé en elles des valeurs de rigueur et le sens de responsabilité, ce qui contribue à faciliter leur accès à l'activité entrepreneuriale.

Pour ce qui est des aspects liés aux entreprises appartenant aux femmes de l'échantillon, l'analyse de leurs caractéristiques semble confirmer la troisième hypothèse formulée dans ce sens. En effet, les spécificités traditionnelles sont dans leur majorité vérifiées et confirmées. En effet, on est en présence de femmes qui créent souvent des PME dans le secteur des services, de très petite dimension, et qui optent pour le statut de personne physique. Aussi, les résultats de l'enquête témoignent de la faiblesse des capitaux engagés au démarrage de l'activité, qui proviennent souvent de sources informelles (entourage) au détriment des voies formelles (financement bancaire).

Enfin, par rapport aux aspects relationnels qui renvoient à l'attitude de l'entourage, les résultats obtenus indiquent que les contraintes habituelles qui proviennent de la lourdeur des charges familiales et du manque de soutien de l'entourage proche, ainsi que la discrimination à l'égard des femmes, ne sont pas révélées dans le cas de notre échantillon. Toutefois, ces femmes dépensent autant d'énergie et force pour se maintenir dans un climat des affaires peu encourageant. (Difficile accès au marché, système fiscal lourd, manque de transparence et lourdeur des procédures administratives).

Pour faire face à ces contraintes, l'entretien de relations avec d'autres femmes entrepreneures qui sont à la fois un soutien informationnel et moral, pourrait constituer un moyen d'atténuer leurs effets. Mais ces relations sont souvent développées dans un cadre amical, en dehors de structures officielles (associations, organisations professionnelles,...), puisque l'affiliation et la participation à de tels réseaux ne concerne qu'un cinquième des enquêtées.

Même s'il permet de fournir quelques éléments de réponses quant à la réalité et aux caractéristiques des femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia, ce travail comporte plusieurs limites, tant sur le plan théorique que méthodologique.

D'abord, il ne concerne qu'un nombre de cas limité, rendant toute généralisation de nos résultats aux autres femmes entrepreneures limitée, voire impossible. Ensuite, l'inexistence de statistiques fiables au niveau national rend toute comparaison entre wilayas impossible. Enfin, il est limité sur le plan théorique par la rareté sinon l'inexistence d'études portant sur le thème l'entrepreneuriat féminin dans plusieurs pays et la régionalité des conclusions auxquelles les divers auteurs ont abouti.

Afin de compléter cette analyse sur le thème de l'entrepreneuriat féminin, il serait plus intéressant de retourner sur le terrain pour des études plus approfondies et surtout plus ciblées, qui portent sur des groupes de femmes homogènes, qui appartiennent à titre d'exemple au même secteur d'activité, ou encore qui présentent des niveaux de formation similaires, etc. Un autre volet intéressant serait d'aborder le thème dans une approche comparative, avec les entrepreneurs masculins, avec les femmes salariées, ou encore avec les femmes en général.

Bibliographie

Ouvrages :

- Abedou A., Bouyacoub A. et Madoui M. (2004), « Entrepreneur et PME ; Approche algéro-française », Harmattan.
- Benjamin M., Rodolphe G. (2008), « les enquêtes sociologiques, théories et pratique », ARMAND, COLIN.
- Boncler J., Rispal H. (2003), « Caractérisation de l'entrepreneuriat en économie solidaire », éditions l'ADREG.
- Esposito M C., Zumello Ch. ((2003), « L'entrepreneur et la dynamique économique; L'approche anglo-saxonne », Economica.
- Fayolle A. (2004), « Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre », DUNOD, Paris.
- Fayolle A. (2005), « Introduction à l'entrepreneuriat », DUNOD.
- Hernandez E M. (1999), « Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Paris, L'Harmattan.
- Paturel R. (2007), « Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat », Revue Internationale de Psychosociologie, 27-43.
- Saporta B., Verstraete T. (2006), « Création d'entreprises et entrepreneuriat », éditions l'ADREG.
- Schumpeter J. (1911), « Théorie de l'évolution économique : Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture, traduction française 1935, édition électronique réalisée par Tremblay J M, 2002.
- Verstraete Th. (1999) « Entrepreneuriat : connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes », Edition économie et innovation (Harmattan).
- Verstraete Th. (2000) (sous sa direction), « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Editions (Ems) Management et société.
- Verstraete Th. (2002), « Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche », Editions l'ADREG.
- Verstraete T. (2003), « Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », éditions l'ADREG.
- Zghal R. (2007), (sous sa direction), « L'entrepreneuriat : théories, acteurs, pratiques », Med SA.

Articles :

- Ait Sidhoum H., « La dynamique et les déterminants de la création des PME : cas de la wilaya de Bejaia », Colloque International (Création d'entreprises et territoires), Tamanrasset, Décembre 2006.
- Amrhar B. (sous la direction de Louis Jacques Filion « L'entrepreneurship féminin : Essai de conceptualisation », HEC Montréal, Cahier de recherche n° 2001-04, Mai 2001.
- Arasti Z., « l'entrepreneuriat féminin en Iran : Les structures socioculturelles », Revue Libanaise de Gestion et d'Economie, Vol. 1, 2008.
- Assala K., Tounés A., « Influences culturelles sur les comportements managériaux d'entrepreneurs algériens », 5ème congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat - Sherbrooke - Canada - Octobre 2007.
- Assassi M., Hammouda N., « Les entrepreneurs algériens : une image statistique », Colloque International (Création d'entreprises et territoires), Tamanrasset, Décembre 2006.
- Béraud Ph. (1999), « Qui est l'entrepreneur ? Débat autour du spectre de la théorie économique », Université de Rennes I.
- Borges C., Simard G., et Filion L.J. (2005), « Création d'entreprises - Femmes entrepreneures : Rapport de recherche 2005 », Cahier de recherche n° 2005-16, Chaire d'entrepreneuriat HEC Montréal.
- Boualali A., Boutaleb K., « L'activité féminine en Algérie : Réalités et perspectives », Colloque International sur: « Marché du Travail et Genre dans les Pays du Maghreb : Spécificités, Points communs et synergies avec l'Europe », Avril 2003.
- Boufenik F., « Travail et genre en Algérie », Colloque International sur: « Marché du Travail et Genre dans les Pays du Maghreb : Spécificités, Points communs et synergies avec l'Europe », Avril 2003.
- Boukella M., « entrepreneurs et milieu entrepreneurial : Cas des IAA dans la région de Bejaia », Colloque International : « Création d'entreprises et territoires », Tamanrasset, 03 et 04 Décembre 2006.
- Boukha-Hassane R., Talahite F. (2007), « Marché du travail, Régulation et Croissance économique en Algérie », document de travail du CEPN-CNRS, n°03-2007.
- Bouyacoub A., « Entrepreneuriat, territoires et capital humain », Colloque International (Création d'entreprises et territoires), Tamanrasset, Décembre 2006.

- Bruno J., Dionne S., Dumais M., Sophie A M., « La propriété locale des entreprises, la relève entrepreneuriale et le développement des collectivités », Chaire de recherche du Canada en développement rural Université du Québec à Rimouski, Avril 2005.
- Brush C., Carter N.M., Gatewood E.J. et Greene P.G., (2003), «Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory», p1 (disponible sur le lien : www.usasbc.org/knowledge/whitepapers/greene.2003.pdf)
- Cachon J.C. (1992), « Entrepreneurs : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », Revue du Nouvel Ontario, n° 13, (13 – 56).
- Chelly A., « L’impact du réseau relationnel de l’entrepreneur dans l’identification d’opportunités d’affaires : une étude exploratoire », Observatoire et Centre de Recherche en Entrepreneuriat, Ecole des Dirigeants et Créateurs d’entreprise de Paris, 2009.
- Chenouf S. et Hafsi T., « Femmes entrepreneurs, Femmes au foyer et Femmes salaires : Le cas de l’Algérie », Cahier de recherche N° 07-35-09, Septembre 2007, HEC Montréal.
- Chollet B., «L’analyse des réseaux sociaux : quelles implications pour le champ de l’entrepreneuriat ? », 6° CIFEPME, Octobre 2002, HEC Montréal.
- Constantinidis Ch., Santain S., « La reprise d’entreprise familiale par les filles d’entrepreneur : une lecture en termes de genre », EGID - Etudes Genre et Diversité en gestion, cahier de recherche n° 200801/05, janvier 2008.
- Cornet A., Constantinidis Ch., « entreprendre au féminin : Une réalité multiple et des attentes différenciées », Revue Française de Gestion N° 151, Juillet – Août 2004.
- Cornet A., Constantinidis Ch. (2004), « Les femmes entrepreneures face à la formation, au financement et aux réseaux », Recherche quantitative EGID - Etudes Genre et Diversité : Rapport national (Belgique), Université de Liège, 2004.
- Cornet A., « La création d’activités par les femmes : freins et leviers », HEC, cahier de recherche n° 200608/12, mars 2006.
- Coster M., « Entrepreneur et entrepreneuriat », actes de la journée cadres et entrepreneuriat : Mythes et réalités », les cahiers du GDR CADRES, 2002.
- Dejardin M., « Entreprenariat et croissance, une conjonction évidemment favorable? », Revue Reflets et perspectives de la vie économique, Tome 39, n° 4, 2000, (pages 1 à 13).

- Fayolle A., « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », 6^{ème} CIFEPME, Octobre 2002, HEC Montréal.
- Gasse Y., Tremblay M., « L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat », XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique, Montréal, 6-9 Juin 2007.
- Gillet A. « les femmes créatrices de PME en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnel et stratégie d'existence », CREAD 2000.
- Gillet A. (2003), « Les entrepreneurs algériens de petites entreprises : un groupe hétérogène entre logiques domestiques et logique économique capitaliste » - Document de Travail 16- Griot- Cnam.
- Kerzabi A., Lachachi W., « L'entreprise familiale en Algérie : de l'indépendance au conservatisme », colloque international (La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé), Mais 2009.
- Lambrecht J., Pirnay F., (2003), Amedodji P. et Aouni Z. (2003), « Entrepreneuriat féminin en Wallonie, Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat - Université de Liège, <http://www.ulg.ac.be/crdocpme>
- Leghima A., Meguelti S., « Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées », Colloque International (Création d'entreprises et territoires), Tamanrasset, Décembre 2006.
- Letowski A. (2007), « La création d'entreprise et les femmes : quel bilan faire en 2006 ? Quelles recherches complémentaires à conduire ? », Observatoire de l'APCE.
- Mansour R., Zerrouki K., « Création d'entreprises et gouvernance des territoires Le cas du dispositif d'aide à la création d'entreprises au profit des personnes âgées de 35 à 50 ans », Colloque International (Création d'entreprises et territoires), Tamanrasset, Décembre 2006.
- Messeghem K., « L'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne », 8ème Congrès International francophone en entrepreneuriat et PME (CIFEPME), Octobre 2006.
- Milagros F., «A Gender-based Analysis of Performance of Small and Medium Printing Firms in Metro Manila», Journal of International Women's Studies Vol. 8/1, novembre 2006.

- Mione A., « Comparaison des femmes entrepreneurs France – Canada », 6^{ème} CIFEPME, Octobre 2002, HEC Montréal.
- Mwambussa M., Mulashi K. « genre et développement : quels enjeux pour la formation en RDC ? Cas de Kinshasa et ses périphéries », Colloque international – « Genre et développement : quels enjeux pour la formation ? », Bordeaux, 2 au 4 février 2006.
- Prévost P. (2001), « Le développement local : Contexte et définition », Institut de recherche et d'enseignement pour les coopératives de l'Université de Sherbrooke, IREC 01-03.
- Rachdi F., « L'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire », 8^{ème} CIFEPME, Octobre 2006.
- Redien-Collot R., « Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat », Académie de l'entrepreneuriat (Réseau de recherche genre et entrepreneuriat), Février 2006.
- Rouleau L., Vier-Machado H., « Identité sociale et entrepreneuriat féminin: étude comparative entre le Brésil et le Canada », 6^{ème} CIFEPME, Octobre 2002, HEC Montréal.
- Sadou H., « Scolarisation, travail et genre en Algérie », Revue Afrique et développement, Vol XXXII, n° 03, 2007 (pages 121 – 130).
- St-Cyr L., « Les entrepreneures québécoises : Taille des entreprises et performance », 7^{ème} CIFEPME, Octobre 2004, Montpellier.
- Tadjine T., Zouiten J., « Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », 5^{ème} congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Paris 24 et 25 novembre 2005.
- Tadjine T., Tokatlioglu S., Zouiten J., « L'entrepreneuse et le temps Entrepreneuriat féminin, Accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs », 8^{ème} CIFEPME, Octobre 2006.
- Talahite F., « Algérie, l'emploi féminin en transition », Conférence internationale (Inégalités et développement dans les pays Méditerranéens), Université de Galatasaray 21-23 mai 2009.
- Tounès A. (2003), « L'entrepreneur : L'odyssée d'un concept », IAE de Rouen, Centre de Recherche et d'études en gestion des organisations, cahier n° 03-73.

- Toutain O. (2010), « Entrepreneuriat, territoire et développement économique : une question de configuration ou de dosage ? », Cahier de recherche « L'art d'entreprendre » N° 2/10 EM Lyon.
- Thurik R., Wennekers S. et Uhlaner L., « Entrepreneurship and economic performance: a macro perspective », Centre for Advanced Small Business Economics, Faculty of Economics, Erasmus University Rotterdam, *Version*: November 2002.
- Thurik R., Uhlaner L., Verheul I., « Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image », *Journal of Business Venturing*, 2005 (p 483-518).
- Wallace B., « A study of Bangladeshi women's entrepreneurship in east London: developing a gender-sensitive and culturally-appropriate notion of personhood », Doctoral colloquium, fifth critical management studies conference, 2007.

Thèses :

- Amghar Malek. (2009), « Essai d'analyse de la contribution de la dynamique entrepreneuriale au développement du territoire. Cas de Bordj Bou Arreridj » (Mémoire de magistère en science de gestion, Bejaia).
- Cornillon E. (2005), « L'entrepreneuriat féminin en France état des lieux et perspectives », mémoire de maitrise, université Robert Schuman, Strasbourg.
- Diakitè B. (2004), « facteurs socioculturels et création d'entreprises en Guinée : Etude exploratoire des ethnies peule et soussou », thèse présentée à la faculté des études supérieures de l'université LAVAL Québec, pour l'obtention de Ph.D.
- Mane K. (2008), « Les modes de gestion des hommes et des femmes dans les PME à Dakar » (Mémoire de maitrise), université de Dakar.
- Safiah A. (1997), « Caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali », Université du Québec. (mémoire présenté comme exigence partielle de la maitrise en sciences des organisations).

Rapports :

- Actes du premier congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Novembre 2009, rapport réalisé par le pôle universitaire européen, sous la direction de J. Fontaine, B. Saporta et T. Verstraete.
- Bulletins d'informations du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat (de 2004 à 2009).
- Deuxième conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME), Istanbul, Turquie, 3-5 juin 2004

- Rapport du CNES, pour une politique de développement de la PME en Algérie, 2003.
- Rapport de recherche présenté au réseau SADC du Québec sur la propriété locale des entreprises, la relève entrepreneuriale et le développement des collectivités, Avril 2005.
- Rapport Gender, « Etude sur l'entrepreneuriat féminin au Rwanda », Ministère de la fonction publique et du travail, Kigali, Octobre 2005.
- Rapport du ministère délégué chargé de la famille et de la condition féminine, « La femme algérienne : Réalité et données », 2005.
- Rapport national sur les objectifs du Millénaire pour le développement en Algérie, établi par le gouvernement algérien, Juillet 2005.
- Rapport du Centre National de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle (CRASC), Enquête nationale, « Femmes et intégration socioéconomique », Juillet 2006.
- Rapport de la Direction générale de la coopérative internationale et du développement, « Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiatives et engagements français en matière de genre et développement », Décembre 2006.
- Rapports d'activité de la direction de la PME et de l'artisanat (2006, 2007, 2008, 2009).
- Rapport GEM l'entrepreneuriat au Québec 2001.
- Rapport GEM 2003 sur l'entrepreneuriat en Suisse.
- Rapport GEM 2005 sur l'entrepreneuriat en Suisse et dans le monde.
- Rapport GEM 2005 sur l'entrepreneuriat au Canada
- GEM 2005 Report on women an entrepreneurship.
- Troisième et quatrième rapports périodiques de l'Algérie sur la mise en œuvre de la convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, Mai 2009.

Liste des Annexes

Annexe 1 : Questionnaire de l'enquête de terrain

Annexe 2 : Tableaux non intégrés dans le texte

Annexe 3 : Résultats de l'enquête de terrain

Annexe I : QUESTIONNAIRE DE L'ENQUETE

N° du questionnaire

- Cette recherche académique porte sur les femmes entrepreneures établies sur le territoire de la wilaya de Bejaia. Son but principal est d'établir leurs réalités et défis, les différentes caractéristiques de leurs entreprises,...

- La qualité et la précision de vos réponses en assureront la réussite.

- Les informations fournies, ainsi que vos réponses, seront gardées strictement confidentielles.

- Dénomination de l'entreprise :

- Localisation :

- Année de création :

I) L'ENTREPRENEURE :

1. Quel âge avez-vous ?

2. Etat matrimonial :

	Célibataire	Mariée	Divorcée	Veuve
A la création				
Actuellement				

3. Nombre d'enfants à charge :

A la création	
Actuellement	

4. Situation familiale :

4.1. Êtes-vous l'aînée de votre famille ? Oui Non

--	--

4.2. Combien de frères et sœurs avez-vous ? Frères Sœurs

4.3. Avez-vous des entrepreneurs dans votre entourage ?

Parents	Conjoint	Frères et sœurs	Autres (précisez) :
		

5. Niveau de formation :

Non scolarisée	Primaire	Fondamental	universitaire

6. Dans quelle spécialité avez-vous eu votre dernier diplôme ?

.....

7. Quel était votre statut avant la création de votre entreprise ?

Sans emplois	Salariée	Etudiante	Autres :
		

7.1. Combien d'années d'expérience professionnelle avez-vous cumulé, avant de créer votre entreprise ?

- Dans un domaine en rapport avec votre activité actuelle

- Dans un autre domaine

7.2. Quel était votre statut dans votre dernier emploi ?

.....

Oui Non

7.3. Avez-vous déjà créé ou participé à la création d'une autre entreprise ?

--	--

8. Laquelle des raisons suivantes étaient à l'origine de la création de votre entreprise ?

Beaucoup Moyennant Un peu Pas du tout

- Perte ou difficulté de trouver un emploi
- Difficulté de faire carrière
- Soutien de la famille
- Cas imprévisible (divorce, décès du conjoint,...)
- saisie d'une opportunité (occasion d'affaires)
- Réalisation de soi et amour du métier
- Autonomie financière
- Indépendance professionnelle
- Autres (précisez) :

9. Quelles sont, selon vous les principales qualités indispensables pour réussir une carrière entrepreneuriale ?

- 1- confiance en soi
- 2- modération dans la prise de risque
- 3- opportuniste
- 4- bonne connaissance en gestion
- 5- connaissance du métier, du marché et du produit
- 6- capacité d'organisation et de direction
- 7- Autres :

10. D'où provient l'idée de votre projet ?

II) L'ENTREPRISE :

11. Veuillez indiquer le secteur d'activité de votre entreprise :

12. Quels sont vos principaux produits ou services ?

- 1-
- 2-
- 3-

13. veuillez indiquer la composition de l'effectif de votre entreprise :

Au moment de la création Actuellement

M F M F

- Cadres
- Ingénieurs
- Ouvriers qualifiés
- Ouvriers non qualifiés
- Total

14. Quel était le montant total (fonds propres et dettes) investi lors de la création de l'entreprise ?

.....

15. veuillez indiquer le statut juridique de votre entreprise ?

- Personne physique (indépendant)
- Personne morale (précisez s'il s'agit de S.A.R.L, S.A,...)

16. Quelles étaient les sources de votre **apport personnel** à la création de votre entreprise ?

Sources de l'apport personnel

	%
- Economies personnelles	
- Prêt des parents	
- Prêt de l'entourage familial (autre que les parents)	
- Prêt d'amis	
- Prêt bancaire personnel	
- Autre :	

17. Avez-vous eu recours à un prêt bancaire lors de la création Oui Non

--	--

17.1. Si oui, êtes vous satisfaite ? Oui Non

--	--

17.2. Si votre demande de prêt a été refusée, pensez vous que ceci ait un lien avec le fait que vous soyez femme ? Oui Non

--	--

17.3. Quel type de garanties avez-vous donné au profit de la banque ?

Type de garanties

- Garanties personnelles	
- Caution du conjoint	
- Caution des parents	
- Caution d'un ami	
- Autres :	

18. Veuillez nous renseigner sur les indicateurs ci-après :

	Dernier exercice	Evolution annuelle moyenne réalisée	Prévisions à LMT (3 à 5 ans)
- Chiffre d'affaires			
- Résultat net			
- Capital			

19. Combien de postes d'emploi envisagiez-vous créer dans :

Deux ans	Cinq ans	Dix ans

20. Dans votre projet de développement et de croissance de l'entreprise, à long et moyen terme (5 à 10 ans), quels sont les principaux objectifs stratégiques que vous avez fixés ? Oui Non

Croissance du chiffre d'affaires		
Croissance du bénéfice		
croissance de la part du marché		
Augmentation de l'effectif		
Augmentation de la capacité de production		
Nouveaux produits		
Amélioration des produits/services		
Nouveaux marchés nationaux		
Maintien de la situation actuelle		
Survie		
Autres :		

20.1. Dans le but d'atteindre ce(s) objectif(s), veuillez indiquer brièvement les principales actions à mener :

.....

.....

III) RELATION AVEC L'ENVIRONNEMENT :

21. Veuillez indiquer les principaux problèmes et obstacles auxquels vous êtes confrontés actuellement ou au moment de la création de votre entreprise ?

Oui Non

- 1- Accès au financement
- 2- satisfaction de la clientèle
- 3- exigences des fournisseurs
- 4- recrutement du personnel adéquat
- 5- forte concurrence
- 6- charges salariales
- 7- procédures administratives
- 8- manque de soutien de l'entourage
- 9- charges familiales
- 10- Autres :

22. A certaines étapes de votre démarche, avez-vous senti une discrimination relative à votre statut de femme ?

Oui Non

- Formalités administratives
- Accès au crédit
- Clients et fournisseurs
- Autres :

23. Avez-vous bénéficié au niveau de votre proche entourage (conjoint, famille, amis) d'un soutien ?

Beaucoup Moyennement Un peu Pas du tout

- Moral
- Financier
- Matériel

24. Connaissez-vous d'autres femmes entrepreneures ?

Oui Non

--	--

24.1. Si oui, sont-elles pour vous un soutien :

Moral Financier Informationnel Autres

		
--	--	--	-------

25. Faites-vous partie d'un réseau ou d'une organisation professionnelle ?

Oui Non

--	--

25.1. Si oui, dans le(s) quel(s) de ce(s) réseaux ou organisations êtes-vous la plus active(s) ? Depuis quand ?

- Organisation professionnelle
- Organisation dédiée aux femmes
- Association(s)
- Autres :

	Durée

25.2. Qu'attendiez-vous de tels réseaux ou organisations ?

.....

26. Avez-vous eu recours à des aides de la part de collectivités locales ? Oui Non

--	--

26.1. (Si oui) De quels types d'aides s'agit-il ? Combien de demandes d'aide aviez-vous introduit et combien d'entre elles ont été acceptées ?

Type d'aides	Nombre de demandes introduites	Nombre de demandes acceptées
Aide à l'investissement		
Aide à l'emploi		
Aide à la formation		
Conseils et informations		
Autre (s) :		

27. Avez-vous bénéficié des dispositifs d'aide à la création et la promotion des PME ? Oui Non

Dispositif :		
--------------------	--	--

27.1. Êtes-vous satisfaites des avantages qui vous sont accordés dans le cadre de ce dispositif ?
Très satisfaite
Satisfaite
Peu satisfaite
Pas du tout

--	--	--	--

27.2. Souhaitez-vous que des dispositifs propres aux femmes soient créés ? Oui Non

--	--

IV) OPINIONS SUR L'ENTREPRENEURIAT FEMININ :

28. Pensez-vous qu'il soit utile de mettre en place des mesures spécifiques en faveur des femmes entrepreneures ? Oui Non

--	--

28.1. Si oui, veuillez nous indiquer les mesures qui vous semblent pertinentes pour stimuler l'entrepreneuriat féminin ?

-

-

-

29. Que pensez-vous des affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout a Fait d'accord
a- Une femme a plus de problèmes d'accès au financement de son entreprise qu'un homme.				
b- Les femmes entrepreneures ont plus de difficultés à concilier vie professionnelle et vie familiale que leurs homologues masculins				
c- Une meilleure représentation des femmes dans les réseaux de chefs d'entreprise encourage l'entrepreneuriat féminin				
d- La maternité est un frein à la création d'entreprise par les femmes				
e- Les femmes gèrent leur entreprise d'une façon différente de celle d'un homme				

Annexe II : TABLEAUX STATISTIQUES

Annexe II.1 : Principaux indicateurs démographiques (en million) en Algérie

Années	1966	1977	1987	1998	2008
Population totale	11,46	15,645	22,6	29,272	34,8
Population féminine totale	5,638	7,872	11,175	14,472	17,226
Population active totale	2,56	3,05	5,341	8,17	10,31
Population active féminine	0,109	0,302	0,492	1,41	1,73
part des F dans la population active	4,3	9,9	9,2	17,1	16,8
Taux brut d'activité	21,7	19,23	23,36	27,91	29,62
F	1,83	2,04	3,86	1,72	1,01
Taux de participation	45,83	42,11	47,04	48,81	41,7
F	3,85	5,43	8,7	16,96	15,1

Sources : RGPH (1966 – 2008)

NB : Le taux brut d'activité exprime le rapport entre la population active et la population totale.

Le taux de participation est le rapport entre la population active et la population en âge de travailler.

Annexe II.2 : Structure des femmes occupées selon le secteur juridique et le milieu de résidence

	Urbain	Rural	Total
Public	61,1	37,9	54,8
Privé /mixte	38,9	62,1	45,2

Source : enquête Emploi et chômage, ONS, 2005.

Annexe II.3 : Niveau d'instruction des hommes et femmes en chômage

	Masculin	%	Féminin	%	Total	%
Sans instruction	23 000	2,61	1 000	0,3	24 000	2,1
Primaire	151 000	17,4	12 000	4,0	163 000	14
Moyen	439 000	50,6	64 000	21,3	503 000	43
Secondaire	164 000	18,9	83 000	27,6	247 000	21,1
Supérieur	91 000	10,5	141 000	46,8	232 000	19,8
	868 000		301 000		1 169 000	

Source : enquête emploi et chômage, ONS, 2008.

Annexe II.4 : Evolution de l'âge moyen au premier mariage selon le sexe

Sexe	1966	1970	1977	1987	1998	2002	2006
Femmes	18.3	19.3	20.9	23.7	27.6	29.6	29.9
Hommes	23.8	24.4	25.3	27.7	31.3	33.0	33.5

Source : troisième et quatrième rapport de l'Algérie sur la mise en oeuvre de la convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, mai 2009, p 100

Annexe II.5 : Évolution du taux d'activité par sexe de 1966 à 2008 (%)

	1966	1977	1987	1998	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Taux participation	45,83	42,11	47,04	48,81		39,8	42,1	41		40,9	41,7
F	3,85	5,43	8,7	16,96	13,4	15	15,9	12,4	16	14,7	15,1
M	89,06	81,51	85,08	80,07				69,2			
part des Femmes dans la population active totale (%)	4,3	9,9	9,2	17,1	15	14,3	17,5	15	17,3	16,5	16,8

Source : F. Talahit, « Algérie : l'emploi féminin en transition », mai 2009

Annexe II.6 : Répartition de la population par sexes et par tranches d'âges

Tranches d'âges	Masculin	Féminin	Total
0 - 4 ans	44 400	42 350	86 750
05-sept	39 960	38 300	78 260
oct-14	45 500	43 600	89 100
15 - 19	50 700	48 850	99 550
20 - 24	51 700	50 000	101 700
25 - 29	46 400	45 100	91 500
30 - 34	38 500	38 150	76 650
35 -39	32 700	32 500	65 200
40 - 44	27 000	26 700	53 700
45 - 49	21 500	21 400	42 900
50 – 54	17 850	17 500	35 350
55 – 59	13 300	13 200	26 500
60 – 64	9 400	9 900	19 300
65 - 69	7 950	8 500	16 450
70 - 74	6 670	7 300	13 970
75 -80	4 570	5 000	9 570
80 et +	4 050	4 500	8 550
Total	462 150	452 850	915 000

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultats 2008, Edition 2009

Annexe II.7 : Répartition de la population par commune et par sexe au 31/12/2008

Commune	Masculin	Féminin	Total
BEJAIA	90 140	87 320	177 460
OUED-GHIR	9 890	9 300	19 190
TICHY	8 600	8 110	16 710
BOUKHLIFA	4 530	4 120	8 650
TALA-HAMZA	6 230	5 750	11 980
AKBOU	27 190	26 160	53 350
IGHRAM	6 065	6 125	12 190
CHELLATA	4 760	4 630	9 390
TAMOKRA	2 040	1 890	3 930
AMIZOUR	19 710	18 500	38 210

B. DJELLIL	3 965	3 985	7 950
FERAOUN	7 860	7 870	15 730
SEMAOUN	7 000	6 720	13 720
ADEKAR	6 570	6 500	13 070
BENI-K'SILA	2 250	2 160	4 410
T. IGHIL	3 360	3 350	6 710
SEDDOUK	10 250	10 070	20 320
AMALOU	4 460	4 240	8 700
BOUHAMZA	4 770	4 420	9 190
M' CISNA	4 070	3 960	8 030
KHERRATA	18 380	17 450	35 830
D. EL-KAID	14 990	14 370	29 360
TIMEZRIT	13 550	12 400	25 950
SIDI-AICH	7 120	6 730	13 850
LEFLAYE	3 200	3 120	6 320
TINEBDHAR	3 100	2 800	5 900
TIFRA	4 120	3 910	8 030
SIDI-AYAD	2 980	2 690	5 670
CHEMINI	7 740	7 480	15 220
SOUK-OUFELA	4 740	4 340	9 080
TIBANE	2 620	2 530	5 150
AKFADOU	3 740	3 550	7 290
S. EL-TENINE	7 000	6 490	13 490
MELBOU	5 780	5 700	11 480
TAMRIDJET	4 290	4 200	8 490
EL-KSEUR	14 980	14 120	29 100
F. EL-MATHEN	6 200	5 850	12 050
TOUDJA	5 080	4 800	9 880
BARBACHA	8 650	8 320	16 970
KENDIRA	2 810	2 770	5 580
DARGUINA	7 340	6 940	14 280
AIT-SMAIL	6 220	6 010	12 230
TASKRIOUT	8 300	8 010	16 310
B- MAOUCHE	6 720	6 450	13 170
AOKAS	8 440	8 190	16 630
T. N'BERBER	6 460	6 190	12 650
I. OUZELLAGUEN	11 650	11 160	22 810
TAZMALT	14 690	14 460	29 150
B. MELIKECHE	4 340	4 260	8 600
BOUDJELLIL	5 790	5 600	11 390
IGHIL-ALI	4 830	4 720	9 550
AIT-R'ZINE	7 410	7 240	14 650

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Bejaïa, DPAT, résultats 2008, Edition 2009

Annexe II.8: Répartition de l'effectif des étudiants par sexe et par facultés (Année 2008/2009)

Facultés	Féminin		Masculin		Total	Taux de féminité (%)
	Nombre	part (%)	Nombre	part (%)		
Technologie	1 269	5,97	3 798	26,64	5 067	25,04
Sciences exactes	1 130	5,32	1 157	8,11	2 287	49,41
Sciences de la nature et de la vie	2 551	12,00	863	6,05	3 414	74,72
Lettres et sciences humaines	8 924	42,00	3 590	25,18	12 514	71,31
Sc. Eco, de gestion et commerce	3 930	18,49	3 359	23,56	7 289	53,92
Droit	3 263	15,36	1 423	9,98	4 686	69,63
Médecine	183	0,86	69	0,48	252	72,62
Total	21 250		14 259		35 509	59,84

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Béjaïa, DPAT, résultats 2008, Edition 2009

Annexe II.9 : Nombre de PME /population féminine (2009)

Commune	population féminine (1)	Nombre de PME (2)	Ratio (2/1)
BEJAIA	87 320	269	0,31
OUED-GHIR	9 300	9	0,10
TICHY	8 110	10	0,12
BOUKHLIFA	4 120	1	0,02
TALA-HAMZA	5 750	6	0,10
AKBOU	26 160	63	0,24
IGHRAM	6 125	0	0,00
CHELLATA	4 630	1	0,02
TAMOKRA	1 890	0	0,00
AMIZOUR	18 500	18	0,10
B. DJELLIL	3 985	1	0,03
FERAOUN	7 870	/	0,00
SEMAOUN	6 720	6	0,09
ADEKAR	6 500	2	0,03
BENI-K'SILA	2 160	1	0,05
T. IGHIL	3 350	/	0,00
SEDDOUK	10 070	8	0,08
AMALOU	4 240	5	0,12
BOUHAMZA	4 420	/	0,00
M'CISNA	3 960	2	0,05
KHERRATA	17 450	30	0,17
D. EL-KAID	14 370	1	0,01
TIMEZRIT	12 400	12	0,10
SIDI-AICH	6 730	34	0,51
LEFLAYE	3 120	3	0,10
TINEBDHAR	2 800	1	0,04
TIFRA	3 910	/	0,00
SIDI-AYAD	2 690	1	0,04
CHEMINI	7 480	5	0,07

SOUK-OUFELA	4 340	6	0,14
TIBANE	2 530	1	0,04
AKFADOU	3 550	2	0,06
S. EL-TENINE	6 490	6	0,09
MELBOU	5 700	2	0,04
TAMRIDJET	4 200	0	0,00
EL-KSEUR	14 120	35	0,25
F. EL-MATHEN	5 850	2	0,03
TOUDJA	4 800	1	0,02
BARBACHA	8 320	7	0,08
KENDIRA	2 770	1	0,04
DARGUINA	6 940	5	0,07
AIT-SMAIL	6 010	2	0,03
TASKRIOUT	8 010	4	0,05
B- MAOUCHE	6 450	5	0,08
AOKAS	8 190	16	0,20
T. N'BERBER	6 190	2	0,03
I. OUZELLAGUEN	11 160	14	0,13
TAZMALT	14 460	23	0,16
B. MELIKECHE	4 260	/	0,00
BOUDJELLIL	5 600	2	0,04
IGHIL-ALI	4 720	2	0,04
AIT-R'ZINE	7 240	9	0,12
Total	448 030	636	0,14

Source : établi à partir des données de la DPME et de la DPAT de Bejaia

Annexe II.10 : Répartition des entreprises appartenant aux femmes selon l'effectif

Effectif	Nombre
1	500
2	124
3	63
4	24
5	20
6	11
7	4
8	1
9	2
10	5
plus de 10	9
Total	763

Source : établi à partir des données du rapport d'activité 2009, DPME Bejaia

Annexe III : RESULTATS DE L'ENQUÊTE : Issus du traitement statistique par le logiciel SPSS)

âge de l'entrepreneur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 26	1	2,6	2,6	2,6
28	1	2,6	2,6	5,1
29	2	5,1	5,1	10,3
30	1	2,6	2,6	12,8
31	2	5,1	5,1	17,9
32	4	10,3	10,3	28,2
33	3	7,7	7,7	35,9
34	4	10,3	10,3	46,2
35	1	2,6	2,6	48,7
37	2	5,1	5,1	53,8
38	3	7,7	7,7	61,5
39	1	2,6	2,6	64,1
40	1	2,6	2,6	66,7
41	2	5,1	5,1	71,8
42	3	7,7	7,7	79,5
43	4	10,3	10,3	89,7
49	1	2,6	2,6	92,3
53	1	2,6	2,6	94,9
56	1	2,6	2,6	97,4
58	1	2,6	2,6	100,0
Total	39	100,0	100,0	

état matrimonial à la création

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid célibataire	12	30,8	30,8	30,8
mariée	25	64,1	64,1	94,9
veuve	2	5,1	5,1	100,0
Total	39	100,0	100,0	

état matrimonial actuelle

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid célibataire	8	20,5	20,5	20,5
mariée	29	74,4	74,4	94,9
veuve	2	5,1	5,1	100,0
Total	39	100,0	100,0	

nombre d'enfants à la création

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	0	5	12,8	18,5	18,5
	1	8	20,5	29,6	48,1
	2	8	20,5	29,6	77,8
	3	3	7,7	11,1	88,9
	4	3	7,7	11,1	100,0
	Total	27	69,2	100,0	
Missing	System	12	30,8		
Total		39	100,0		

nombre d'enfants actuellement

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	0	3	7,7	9,7	9,7
	1	4	10,3	12,9	22,6
	2	13	33,3	41,9	64,5
	3	8	20,5	25,8	90,3
	4	3	7,7	9,7	100,0
	Total	31	79,5	100,0	
Missing	System	8	20,5		
Total		39	100,0		

êtes-vous l'ainée de votre famille

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	9	23,1	23,1	23,1
	NON	30	76,9	76,9	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

combien de frères avez-vous

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	aucun	2	5,1	5,1	5,1
	[1-3]	31	79,5	79,5	84,6
	plus de 3	6	15,4	15,4	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

combien de soeurs avez-vous?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	aucun	1	2,6	2,6	2,6
	[1-3]	28	71,8	71,8	74,4
	plus de 3	10	25,6	25,6	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

avez-vous des entrepreneurs dans votre entourage ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	parents	7	17,9	43,8	43,8
	conjoint	4	10,3	25,0	68,8
	frères et soeurs	3	7,7	18,8	87,5
	autres	2	5,1	12,5	100,0
	Total	16	41,0	100,0	
Missing	System	23	59,0		
Total		39	100,0		

niveau de formation

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	non scolarisée	1	2,6	2,6	2,6
	fondamental	15	38,5	38,5	41,0
	universitaire	23	59,0	59,0	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

Dans quelle spécialité avez-vous eu votre dernier diplôme ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Technique	23	59,0	71,9	71,9
	administrative	9	23,1	28,1	100,0
	Total	32	82,1	100,0	
Missing	System	7	17,9		
Total		39	100,0		

statut avant la création de l'entreprise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sans emploi	16	41,0	42,1	42,1
	salariée	17	43,6	44,7	86,8
	étudiante	4	10,3	10,5	97,4
	autres	1	2,6	2,6	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	System	1	2,6		
Total		39	100,0		

Combien d'années d'expérience professionnelle avez-vous cumulé avant de créer votre entreprise dans un domaine en rapport avec votre activité actuelle?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	17	43,6	44,7	44,7
	1	2	5,1	5,3	50,0
	2	4	10,3	10,5	60,5
	3	5	12,8	13,2	73,7
	4	3	7,7	7,9	81,6
	5	3	7,7	7,9	89,5
	6	1	2,6	2,6	92,1
	8	1	2,6	2,6	94,7
	9	1	2,6	2,6	97,4
	18	1	2,6	2,6	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	System	1	2,6		
Total		39	100,0		

Combien d'années d'expérience professionnelle avez-vous cumulé avant de créer votre entreprise dans un autre domaine ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	31	79,5	81,6	81,6
	1	2	5,1	5,3	86,8
	2	1	2,6	2,6	89,5
	3	1	2,6	2,6	92,1
	6	1	2,6	2,6	94,7
	8	1	2,6	2,6	97,4
	20	1	2,6	2,6	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	System	1	2,6		
Total		39	100,0		

Avez-vous déjà créé ou participé à la création d'une autre entreprise ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	1	2,6	2,7	2,7
	NON	36	92,3	97,3	100,0
	Total	37	94,9	100,0	
Missing	System	2	5,1		
Total		39	100,0		

perte ou difficulté de trouver un emploi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	4	10,3	22,2	22,2
	Moyennant	4	10,3	22,2	44,4
	un peu	3	7,7	16,7	61,1
	pas du tout	7	17,9	38,9	100,0
	Total	18	46,2	100,0	
Missing	Sy stem	21	53,8		
Total		39	100,0		

difficultés de faire carrière

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	7	17,9	33,3	33,3
	Moyennant	4	10,3	19,0	52,4
	un peu	3	7,7	14,3	66,7
	pas du tout	7	17,9	33,3	100,0
	Total	21	53,8	100,0	
Missing	Sy stem	18	46,2		
Total		39	100,0		

soutien de la famille

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	11	28,2	47,8	47,8
	Moyennant	3	7,7	13,0	60,9
	un peu	4	10,3	17,4	78,3
	pas du tout	5	12,8	21,7	100,0
	Total	23	59,0	100,0	
Missing	Sy stem	16	41,0		
Total		39	100,0		

cas imprévisible (divorce, décès du conjoint,...)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	4	10,3	26,7	26,7
	pas du tout	11	28,2	73,3	100,0
	Total	15	38,5	100,0	
Missing	Sy stem	24	61,5		
Total		39	100,0		

saisie d'une opportunité (occasion d'affaire)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	11	28,2	57,9	57,9
	Moyennant	1	2,6	5,3	63,2
	un peu	1	2,6	5,3	68,4
	pas du tout	6	15,4	31,6	100,0
	Total	19	48,7	100,0	
Missing	Sy stem	20	51,3		
Total		39	100,0		

réalisation de soi et amour de métier

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	29	74,4	85,3	85,3
	Moyennant	3	7,7	8,8	94,1
	pas du tout	2	5,1	5,9	100,0
	Total	34	87,2	100,0	
Missing	Sy stem	5	12,8		
Total		39	100,0		

autonomie financière

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	11	28,2	52,4	52,4
	Moyennant	7	17,9	33,3	85,7
	un peu	2	5,1	9,5	95,2
	pas du tout	1	2,6	4,8	100,0
	Total	21	53,8	100,0	
Missing	Sy stem	18	46,2		
Total		39	100,0		

indépendance professionnelle

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	18	46,2	69,2	69,2
	Moyennant	4	10,3	15,4	84,6
	un peu	2	5,1	7,7	92,3
	pas du tout	2	5,1	7,7	100,0
	Total	26	66,7	100,0	
Missing	Sy stem	13	33,3		
Total		39	100,0		

confiance en soi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	32	82,1	97,0	97,0
	non	1	2,6	3,0	100,0
	Total	33	84,6	100,0	
Missing	Sy stem	6	15,4		
Total		39	100,0		

modération dans la prise de risque

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	0	1	2,6	12,5	12,5
	oui	4	10,3	50,0	62,5
	non	3	7,7	37,5	100,0
	Total	8	20,5	100,0	
Missing	Sy stem	31	79,5		
Total		39	100,0		

opportuniste

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	0	1	2,6	9,1	9,1
	oui	9	23,1	81,8	90,9
	non	1	2,6	9,1	100,0
	Total	11	28,2	100,0	
Missing	Sy stem	28	71,8		
Total		39	100,0		

bonne connaissance en gestion

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	13	33,3	86,7	86,7
	non	2	5,1	13,3	100,0
	Total	15	38,5	100,0	
Missing	Sy stem	24	61,5		
Total		39	100,0		

connaissance du métier, du marche et du produit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	31	79,5	96,9	96,9
	non	1	2,6	3,1	100,0
	Total	32	82,1	100,0	
Missing	Sy stem	7	17,9		
Total		39	100,0		

capacité d'organisation et de direction

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	24	61,5	100,0	100,0
Missing	Sy stem	15	38,5		
Total		39	100,0		

d'où provient l'idée de votre projet ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	personnel	25	64,1	67,6	67,6
	entourage	12	30,8	32,4	100,0
Total		37	94,9	100,0	
Missing	Sy stem	2	5,1		
Total		39	100,0		

année de création de l'entreprise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	1997	1	2,6	2,6	2,6
	1998	3	7,7	7,7	10,3
	1999	1	2,6	2,6	12,8
	2000	6	15,4	15,4	28,2
	2001	1	2,6	2,6	30,8
	2002	2	5,1	5,1	35,9
	2003	3	7,7	7,7	43,6
	2004	4	10,3	10,3	53,8
	2005	2	5,1	5,1	59,0
	2006	3	7,7	7,7	66,7
	2007	5	12,8	12,8	79,5
	2008	6	15,4	15,4	94,9
	2009	2	5,1	5,1	100,0
Total		39	100,0	100,0	

localisation de l'entreprise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	milieu urbain	31	79,5	79,5	79,5
	milieu rural	8	20,5	20,5	100,0
Total		39	100,0	100,0	

veuillez indiquer le secteur d'activité de votre entreprise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	services	19	48,7	48,7	48,7
	industriel	2	5,1	5,1	53,8
	commerce	18	46,2	46,2	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

effectif masculin à la cration

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	22	56,4	57,9	57,9
	1	8	20,5	21,1	78,9
	2	4	10,3	10,5	89,5
	3	1	2,6	2,6	92,1
	4	1	2,6	2,6	94,7
	5	2	5,1	5,3	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	System	1	2,6		
Total		39	100,0		

effectif féminin à la création

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	2	5,1	5,3	5,3
	1	20	51,3	52,6	57,9
	2	10	25,6	26,3	84,2
	3	4	10,3	10,5	94,7
	4	1	2,6	2,6	97,4
	5	1	2,6	2,6	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	System	1	2,6		
Total		39	100,0		

effectif masculin actuel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	19	48,7	50,0	50,0
	1	7	17,9	18,4	68,4
	2	6	15,4	15,8	84,2
	4	4	10,3	10,5	94,7
	6	1	2,6	2,6	97,4
	7	1	2,6	2,6	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	System	1	2,6		
Total		39	100,0		

effectif féminin actuel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	0	2	5,1	5,3	5,3
	1	15	38,5	39,5	44,7
	2	10	25,6	26,3	71,1
	3	5	12,8	13,2	84,2
	4	2	5,1	5,3	89,5
	5	1	2,6	2,6	92,1
	6	1	2,6	2,6	94,7
	8	1	2,6	2,6	97,4
	12	1	2,6	2,6	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	Sy stem	1	2,6		
Total		39	100,0		

Quel était le montant total (fonds propres et dettes) investi lors de la création de l'entreprise?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	< 500 000,00 DA	10	25,6	35,7	35,7
	[500 000,00 ; 1 000 000,00[7	17,9	25,0	60,7
	> 1 000 000,00 DA	11	28,2	39,3	100,0
	Total	28	71,8	100,0	
Missing	Sy stem	11	28,2		
Total		39	100,0		

veuillez indiquer le statut juridique de votre entreprise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	personne physique	34	87,2	87,2	87,2
	S.A.R.L	2	5,1	5,1	92,3
	S.P.A	1	2,6	2,6	94,9
	SNC	2	5,1	5,1	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

économies personnelles

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	24	61,5	64,9	64,9
	non	13	33,3	35,1	100,0
	Total	37	94,9	100,0	
Missing	Sy stem	2	5,1		
Total		39	100,0		

prêt des parents

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	6	15,4	17,6	17,6
	non	28	71,8	82,4	100,0
	Total	34	87,2	100,0	
Missing	System	5	12,8		
Total		39	100,0		

prêt de l'entourage familial (autre que les parents)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	24	61,5	61,5	61,5
	non	15	38,5	38,5	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

prêt d'amis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	2	5,1	5,7	5,7
	non	33	84,6	94,3	100,0
	Total	35	89,7	100,0	
Missing	System	4	10,3		
Total		39	100,0		

prêt bancaire personnel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	oui	2	5,1	5,7	5,7
	non	33	84,6	94,3	100,0
	Total	35	89,7	100,0	
Missing	System	4	10,3		
Total		39	100,0		

Avez-vous eu recours à un prêt bancaire lors de la création ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	19	48,7	48,7	48,7
	NON	20	51,3	51,3	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

Si oui, êtes-vous satisfaite ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	17	43,6	89,5	89,5
	NON	2	5,1		100,0
	Total	19	48,7		100,0
Missing	Sy stem	20	51,3		
Total		39	100,0		

Si votre demande de prêt a été refusée, pensez-vous que ceci ait un lien avec le fait que vous soyez femme ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	NON	5	12,8	100,0	100,0
Missing	Sy stem	34	87,2		
Total		39	100,0		

Chiffre d'affaires dernier exercice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	< 500 000,00 DA	1	2,6	33,3	33,3
	> 1 000 000,00 DA	2	5,1		66,7
	Total	3	7,7		100,0
Missing	Sy stem	36	92,3		
Total		39	100,0		

évolution annuelle moyenne du chiffre d'affaires réalisée

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	[20% ; 30%[1	2,6	50,0	50,0
	> 30%	1	2,6		100,0
	Total	2	5,1		100,0
Missing	Sy stem	37	94,9		
Total		39	100,0		

prévisions de l'évolution annuelle du chiffre d'affaires à LMT (3 à 5 ans)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	> 30%	2	5,1	100,0	100,0
Missing	Sy stem	37	94,9		
Total		39	100,0		

résultat net du dernier exercice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	[10% ; 30%] du CA	2	5,1	100,0	100,0
Missing	System	37	94,9		
Total		39	100,0		

évolution annuelle moyenne du résultat net réalisée

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	[20% ; 30%[1	2,6	50,0	50,0
	> 30%	1	2,6	50,0	100,0
	Total	2	5,1	100,0	
Missing	System	37	94,9		
Total		39	100,0		

prévisions de l'évolution annuelle du résultat net à LMT (3 à 5 ans)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 30%	2	5,1	100,0	100,0
Missing	System	37	94,9		
Total		39	100,0		

Combien de postes d'emploi envisagez-vous créer dans 2 ans ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	2,6	2,9	2,9
	aucun	13	33,3	37,1	40,0
	entre 1 et 3	15	38,5	42,9	82,9
	> 3	6	15,4	17,1	100,0
	Total	35	89,7	100,0	
Missing	System	4	10,3		
Total		39	100,0		

Combien de postes d'emploi envisagez-vous créer dans 5 ans ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	2,6	2,9	2,9
	aucun	1	2,6	2,9	5,9
	entre 1 et 5	25	64,1	73,5	79,4
	> 5	7	17,9	20,6	100,0
	Total	34	87,2	100,0	
Missing	System	5	12,8		
Total		39	100,0		

Combien de postes d'emploi envisagez-vous créer dans 10 ans ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	2,6	3,1	3,1
	aucun	1	2,6	3,1	6,3
	entre 1 et 10	24	61,5	75,0	81,3
	> 10	6	15,4	18,8	100,0
	Total	32	82,1	100,0	
Missing	System	7	17,9		
Total		39	100,0		

Croissance du chiffre d'affaires

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	23	59,0	92,0	92,0
	NON	2	5,1	8,0	100,0
	Total	25	64,1	100,0	
Missing	System	14	35,9		
Total		39	100,0		

croissance du bénéfice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	32	82,1	100,0	100,0
Missing	System	7	17,9		
Total		39	100,0		

croissance de la part du marché

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	8	20,5	88,9	88,9
	NON	1	2,6	11,1	100,0
	Total	9	23,1	100,0	
Missing	System	30	76,9		
Total		39	100,0		

augmentation de l'effectif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	9	23,1	75,0	75,0
	NON	3	7,7	25,0	100,0
	Total	12	30,8	100,0	
Missing	System	27	69,2		
Total		39	100,0		

augmentation de la capacité de production

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	10	25,6	76,9	76,9
	NON	3	7,7	23,1	100,0
	Total	13	33,3	100,0	
Missing	System	26	66,7		
Total		39	100,0		

nouveaux produits

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	14	35,9	87,5	87,5
	NON	2	5,1	12,5	100,0
	Total	16	41,0	100,0	
Missing	System	23	59,0		
Total		39	100,0		

amélioration de la qualité

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	27	69,2	96,4	96,4
	NON	1	2,6	3,6	100,0
	Total	28	71,8	100,0	
Missing	System	11	28,2		
Total		39	100,0		

nouveaux marchés nationaux

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	9	23,1	81,8	81,8
	NON	2	5,1	18,2	100,0
	Total	11	28,2	100,0	
Missing	System	28	71,8		
Total		39	100,0		

maintien de la situation actuelle

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	1	2,6	12,5	12,5
	NON	7	17,9	87,5	100,0
	Total	8	20,5	100,0	
Missing	System	31	79,5		
Total		39	100,0		

survie

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	NON	7	17,9	100,0	100,0
Missing	Sy stem	32	82,1		
Total		39	100,0		

Accès au financement

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	17	43,6	81,0	81,0
	NON	4	10,3	19,0	100,0
	Total	21	53,8	100,0	
Missing	Sy stem	18	46,2		
Total		39	100,0		

satisfaction de la clientèle

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	19	48,7	73,1	73,1
	NON	7	17,9	26,9	100,0
	Total	26	66,7	100,0	
Missing	Sy stem	13	33,3		
Total		39	100,0		

exigences des fournisseurs

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	4	10,3	36,4	36,4
	NON	7	17,9	63,6	100,0
	Total	11	28,2	100,0	
Missing	Sy stem	28	71,8		
Total		39	100,0		

recrutement du personnel adéquat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	21	53,8	87,5	87,5
	NON	3	7,7	12,5	100,0
	Total	24	61,5	100,0	
Missing	Sy stem	15	38,5		
Total		39	100,0		

forte concurrence

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	28	71,8	93,3	93,3
	NON	2	5,1	6,7	100,0
	Total	30	76,9	100,0	
Missing	System	9	23,1		
Total		39	100,0		

charges salariales

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	9	23,1	75,0	75,0
	NON	3	7,7	25,0	100,0
	Total	12	30,8	100,0	
Missing	System	27	69,2		
Total		39	100,0		

procédures administratives

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	22	56,4	91,7	91,7
	NON	2	5,1	8,3	100,0
	Total	24	61,5	100,0	
Missing	System	15	38,5		
Total		39	100,0		

manque de soutien de l'entourage

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	6	15,4	50,0	50,0
	NON	6	15,4	50,0	100,0
	Total	12	30,8	100,0	
Missing	System	27	69,2		
Total		39	100,0		

charges familiales

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OUI	13	33,3	68,4	68,4
	NON	6	15,4	31,6	100,0
	Total	19	48,7	100,0	
Missing	System	20	51,3		
Total		39	100,0		

discrimination relative à votre statut de femme liée aux formalités administratives

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	6	15,4	15,4	15,4
	NON	33	84,6	84,6	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

discrimination relative à votre statut de femme liée à l'accès au crédit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	3	7,7	8,6	8,6
	NON	32	82,1	91,4	100,0
	Total	35	89,7	100,0	
Missing	Sy stem	4	10,3		
Total		39	100,0		

discrimination relative à votre statut de femme liée aux clients et fournisseurs

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	8	20,5	20,5	20,5
	NON	31	79,5	79,5	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

avez-vous bénéficié au niveau de votre proche entourage (conjoint, famille, amis) d'un soutien moral

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	26	66,7	66,7	66,7
	Moyennant un peu	7	17,9	17,9	84,6
	pas du tout	3	7,7	7,7	92,3
	Total	39	100,0	100,0	100,0

avez-vous bénéficié au niveau de votre proche entourage (conjoint, famille, amis) d'un soutien financier

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	17	43,6	44,7	44,7
	Moyennant un peu	8	20,5	21,1	65,8
	pas du tout	6	15,4	15,8	81,6
	Total	38	97,4	100,0	100,0
Missing	Sy stem	1	2,6		
Total		39	100,0		

avez-vous bénéficié au niveau de votre proche entourage (conjoint, famille, amis) d'un soutien matériel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Beaucoup	8	20,5	29,6	29,6
	un peu	2	5,1	7,4	37,0
	pas du tout	17	43,6	63,0	100,0
	Total	27	69,2	100,0	
Missing	Sy stem	12	30,8		
Total		39	100,0		

Connaissez-vous d'autres femmes entrepreneurs?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	34	87,2	87,2	87,2
	NON	5	12,8	12,8	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

Si oui, sont elles pour vous un soutien: moral, financier ou informationnel ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	moral	14	35,9	41,2	41,2
	informationnel	20	51,3	58,8	100,0
	Total	34	87,2	100,0	
Missing	Sy stem	5	12,8		
Total		39	100,0		

Faites-vous partie d'un réseau ou d'une organisation professionnelle ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	8	20,5	21,1	21,1
	NON	30	76,9	78,9	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	Sy stem	1	2,6		
Total		39	100,0		

Si oui, dans le(s) quel(s) de ces réseaux ou organisations êtes vous la plus atives ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	organisation prof essionnelle	3	7,7	42,9	42,9
	organisation dédiée aux femmes	1	2,6	14,3	57,1
	associations	3	7,7	42,9	100,0
	Total	7	17,9	100,0	
Missing	Sy stem	32	82,1		
Total		39	100,0		

Avez-vous eu recours à des aides de la part des collectivités locales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	9	23,1	23,7	23,7
	NON	29	74,4	76,3	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	Sy stem	1	2,6		
Total		39	100,0		

Si oui, de quel type d'aides s'agit-il ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	aide à l'emploi	9	23,1	100,0	100,0
Missing	Sy stem	30	76,9		
Total		39	100,0		

avez-vous bénéficier des dispositifs d'aide à la création et la promotion des PME ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	16	41,0	42,1	42,1
	NON	22	56,4	57,9	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	Sy stem	1	2,6		
Total		39	100,0		

Dans quel cadre

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	ANSEJ	12	30,8	80,0	80,0
	ANDI	3	7,7	20,0	100,0
	Total	15	38,5	100,0	
Missing	Sy stem	24	61,5		
Total		39	100,0		

Êtes-vous satisfaites des avantages accordés dans le cadre de ce dispositif ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	satisfaite	11	28,2	68,8	68,8
	peu satisfaite	5	12,8	31,3	100,0
	Total	16	41,0	100,0	
Missing	Sy stem	23	59,0		
Total		39	100,0		

Souhaitez-vous que des dispositifs propres aux femmes soient créés ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	14	35,9	38,9	38,9
	NON	22	56,4	61,1	100,0
	Total	36	92,3	100,0	
Missing	Sy stem	3	7,7		
Total		39	100,0		

Pensez-vous qu'il soit utile de mettre en place des mesures spécifiques en faveur des femmes entrepreneures ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	13	33,3	33,3	33,3
	NON	26	66,7	66,7	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

une femme a plus de problèmes d'accès au financement de son entreprise qu'un homme

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	pas du tout d'accord	6	15,4	15,8	15,8
	pas d'accord	14	35,9	36,8	52,6
	plutôt d'accord	13	33,3	34,2	86,8
	tout a fait d'accord	5	12,8	13,2	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	Sy stem	1	2,6		
Total		39	100,0		

es femmes entrepreneures ont plus de difficultés à concilier vie professionnelle et vie familiale que leurs homologues masculins

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	pas du tout d'accord	3	7,7	8,1	8,1
	pas d'accord	5	12,8	13,5	21,6
	plutôt d'accord	10	25,6	27,0	48,6
	tout a fait d'accord	19	48,7	51,4	100,0
	Total	37	94,9	100,0	
Missing	Sy stem	2	5,1		
Total		39	100,0		

une meilleure représentation des femmes dans les réseaux des chefs d'entreprises encourage l'entrepreneuriat féminin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	pas d'accord	4	10,3	10,3	10,3
	plutôt d'accord	21	53,8	53,8	64,1
	tout a fait d'accord	14	35,9	35,9	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

charges familiales

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	OUI	13	33,3	68,4	68,4
	NON	6	15,4	31,6	100,0
	Total	19	48,7	100,0	
Missing	Sy stem	20	51,3		
Total		39	100,0		

la maternité est un frein à la création d'entreprises par les femmes

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	pas du tout d'accord	5	12,8	13,2	13,2
	pas d'accord	8	20,5	21,1	34,2
	plutôt d'accord	20	51,3	52,6	86,8
	tout a fait d'accord	5	12,8	13,2	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Missing	Sy stem	1	2,6		
Total		39	100,0		

Les femmes gèrent leur entreprise d'une façon différente de celle d'un homme

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	pas du tout d'accord	11	28,2	28,2	28,2
	pas d'accord	19	48,7	48,7	76,9
	plutôt d'accord	3	7,7	7,7	84,6
	tout a fait d'accord	6	15,4	15,4	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

Résumé :

Ce travail cherche à analyser les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia, à travers la création et la gestion de petites et moyennes entreprises par les femmes et qui constitue l'un des indicateurs majeurs de l'intégration des femmes dans tout processus de développement. Cette analyse s'appuie d'une part sur une approche quantitative qui consiste à évaluer l'implication des femmes dans la création et la gestion de PME et d'autre part sur des aspects qualitatifs qui renvoient aux caractéristiques de ces femmes, de leurs entreprises ainsi que le type de rapports qu'elles entretiennent avec leur environnement dans leur statut d'entrepreneure.

À l'issue de l'analyse des données statistiques relatives à la participation des femmes dans l'activité entrepreneuriale, il nous a été donné de constater l'implication marginale des femmes de la wilaya dans l'activité entrepreneuriale. En effet, dans une wilaya qui compte parmi les cinq premières en matière de présence et de création de PME privées en 2009, les femmes ne représentent qu'une proportion de 4% de la population totale des PME.

Les résultats de l'enquête de terrain montrent que les femmes de l'échantillon présentent plusieurs similitudes. La formation, l'expérience antérieure, l'amour du métier, l'ambition d'affirmation de soi et la précarité de la situation familiale semblent être des facteurs déterminants dans leurs décisions d'entreprendre. S'agissant des entreprises créées, il semble que les spécificités traditionnelles associées aux entreprises appartenant aux femmes sont vérifiées, notamment en matière de taille, du secteur choisi, du niveau des capitaux engagés et des sources de financement. Enfin, et relativement au niveau relationnel, il s'avère que les contraintes habituelles propres aux femmes à l'image des charges familiales, du manque de soutien de l'entourage et de la discrimination, ne constituent pas de véritables freins pour les femmes enquêtées. Cependant, ces dernières affirment que l'exercice de leurs activités ne se passe pas sans difficultés (manque de transparence, lourdeur des procédures administratives, charges fiscales,...), qu'elles tentent de surmonter par l'entretien de relations avec d'autres femmes entrepreneures, développées souvent dans un cadre amical, en dehors des structures officielles.

Mots clés : Entrepreneuriat, femme, entrepreneuriat féminin, PME, femme entrepreneure, wilaya de Bejaia.