

***Université ABDERRAHMANE MIRA-Béjaia  
Faculté des Science humaine et sociale  
Département des Sciences Sociales***

***Mémoire de fin de cycle  
En vue de l'obtention du diplôme de master en sociologie LMD  
Option sociologie de travail et des ressources humaines***

***Thème :***

***L'entrepreneuriat féminin en Algérie***

***Etude empirique sur les femmes entrepreneures dans  
la wilaya de Tizi Ouzou***

**Présenté par :**

**Mme BOUSSEKINE Ep alik Sabrina**

**Encadré par :**

**Mr. MATI ALI**

***Année Universitaire 2014/2015***

## **REMERCIEMENTS**

Dieu merci pour la santé, la volonté et le courage qui m'accompagné durant la préparation de mon mémoire.

Je tien a remercié aussi mon promoteur Mr Mati Ali pour ses précieux conseils.

A tout l'effectif de l'entreprise BTPH en particulier Md SAADOUN.

Et a toutes les femmes entrepreneures.

## *Dédicace*

Ce travail sera dédié à mes parents surtout ma mère et mes beaux parents, dont je voudrais qu'ils trouvent ici l'expression de mes remerciements les plus chaleureux pour la bienveillante attention qu'ils ont toujours manifestés à mon égard. Et bien sûr mes frères surtout djimou , mon grand père et mes belles sœurs et beaux frères et leurs enfants : Ilian , Ioan, Aris, gaya, ilissa, et surtout Adam que j'aime plus que tout, mes tantes .mes copines, mes cousines et surtout mon mari qui n'a jamais cessé de croire en moi dans toutes les circonstances.

## La liste des tableaux

numéro	Liste des tableaux	page
1	La répartition des enquêtées selon l'âge	70
2	La situation familiale des femmes entrepreneures	71
3	Le domaine d'activité de ces femmes	71
4	La formation de base	72
5	La source de financement	73
6	La contrainte rencontrée par les femmes lors de démarrage d'activité	74
7	L'apport des femmes entrepreneures l'émancipation de la femme en général	75



### *Liste des Abréviations*

Abréviation	Signification
ANDI	Agence national du développement et d'individuel
ANGEM	L'agence nationale de gestion des microcrédits
ANSEJ	Agence national du soutien d'emploi des jeunes
BTPH	Bâtiment, travaux publique et hydraulique
EURL	Entreprise unipersonnelle à responsabilité limité
GEM	Global à responsabilité limité
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
PME	Petite et moyenne entreprise
R et D	Recherche et développement
TPE	Très petite entreprise

## **SOMMAIRE**

### **Introduction générale**

#### **Chapitre I : cadre méthodologique**

1. Les raisons de choix du thème.....	05
2. L'objectif de la recherche .....	05
3. La problématique .....	06
4. Les hypothèses .....	08
5. La définition des concepts .....	09
6. La pré-enquête .....	11
7. La méthode et la technique utilisées .....	12

#### **Chapitre II L'entrepreneuriat.**

1. Définition et culture entrepreneuriale.....	15
2. Les champs de l'entrepreneuriat.....	17
3. l'entrepreneuriat est phénomène économique et social.....	20

Conclusion du chapitre

#### **Chapitre III : L'entrepreneuriat féminin en Algérie**

1. L'entrepreneuriat féminin.....	28
2. L'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	37
3. La situation de la femme qui travail en Algérie.....	46
4. Forums et conférences sur l'entrepreneuriat .....	57

Conclusion du chapitre

#### **Chapitre 4 : L'entrepreneuriat féminin à Tizi Ouzou.**

1. Présentation des entreprises créées par les femmes entrepreneurs.....	68
--	----

2. Les données socio professionnelles des femmes entrepreneurs interviewées.....	69
3. Les moyens et les sources de financement .....	72
4. Les contraintes rencontrées par les femmes entrepreneurs lors de démarrage d'activité.....	74
5. L'apport des femmes au développement des femmes et le développement socio économique.....	78

### **Conclusion u chapitre**

### **Conclusion générale**

### **Bibliographie**

### **Annexes**



Désormais, l'entrepreneuriat féminin est un réservoir de croissance. Aujourd'hui, les femmes représentent 46% de la population active alors qu'elles ne représentent que 28% entrepreneurs dans les TPE/PME. Cet écart est important en Algérie, par rapport à d'autres pays industrialisés qui ont mis en place dans les années 70 une politique offensive pour développer l'entrepreneuriat féminin. La nouvelle approche de l'entrepreneuriat, notamment féminin, qui s'est imposée depuis 1990, est, rappelle-t-on, marquée par la mondialisation et l'apparition de nouvelles tendances internationales quant aux réalités du travail et des rapports homme-femme, tout en estimant, cependant, que les réponses restent souvent inchangées et donc inadaptées à ces nouvelles réalités méconnues et non prises en compte. Toutefois, même si cela vient plusieurs années après, le gouvernement est déterminé à rattraper ce retard et à soutenir les femmes dans leur démarche entrepreneuriale, car faire progresser leur nombre, c'est contribuer à la croissance et à la création d'emplois en Algérie. (Lotfi le Maghreb 01-04-2008).

Les femmes chefs d'entreprises représentent un taux de 6 %. Ce chiffre peut atteindre, selon les estimations données par ce forum, 15 à 20 % de femmes entrepreneurs à l'horizon 2015. Les femmes vont ainsi créer entre 5 000 et 6 000 entreprises par an. «Nous avons la capacité d'améliorer et de développer l'entrepreneuriat féminin en Algérie, vu les avantages liés au dispositif d'aide à l'emploi (Ansej, Cnac, Angem...) avec l'exonération des impôts durant les premières cinq années, ajoutant à cela, le nombre important des diplômés universitaires (65% de femmes recensées chaque année)», a ajouté cette experte et chef d'entreprise.(samia lounes, le soir le 26-02-2013).

Notre étude est structurée en cinq chapitre qui traitant les volets de l'entrepreneuriat féminin et sont comme suite

Le premier chapitre traite la méthodologie entame le cadre méthodologique de la recherche qui présente les éléments suivant : la raison de choix du thème, les adjectifs de la recherche, problématique, les hypothèses, la

## Introduction Générale

---

définition des concepts clés, le déroulement de la pré-enquête, la méthode est la technique utilisée et les différents rencontrés.

Le deuxième chapitre présente l'entrepreneuriat cette partie contient trois sections : la genèse et le fondement de l'entrepreneuriat et la deuxième c'est l'historique et enjeux de l'entrepreneuriat et la dernière les champs de l'entrepreneuriat.

Le troisième chapitre parle sur l'entrepreneuriat féminin qui présente trois sections : une synthèse sur l'entrepreneuriat, l'autre sur le développement de l'entrepreneuriat et la culture de l'entreprise chez les femmes et la troisième porte sur les indicateurs et les obstacles de l'entrepreneuriat.

Le quatrième chapitre explique l'entrepreneuriat féminin en Algérie qui contient l'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat en Algérie synthèse sur la situation du travail des femmes en Algérie, le travail féminin en Algérie.

Le dernier chapitre consacré à l'analyse des tableaux qui m'a permis d'approfondir ma recherche sur les femmes entrepreneures j'ai terminé ma recherche par la conclusion, la liste bibliographique et la liste des annexes.

**Préambule :**

Cette partie est réservée à la présentation des étapes et techniques utilisées durant la réalisation de notre enquête, elle comporte, les raisons de choix du thème, les objectifs, les définitions des concepts ...

**1. les raisons du choix du thème :**

Le choix de sujet relie au différentes raisons suivantes

Pour enrichir nos connaissances sur le domaine de l'entrepreneuriat féminin

-Pour connaître le rôle de la femme entrepreneure algérienne dans le développement socio- économique

-Savoir comment la femme concilie entre la vie professionnelle et familiale

**2. les objectifs de la recherche :**

A Partir de la recherche nous essayons d'atteindre les objectifs suivants :

-Découvrir les obstacles et les difficultés qui entraînent les femmes à créer leurs propres entreprises

-Connaitre les stratégies utilisées par les femmes pour réussir dans leurs projets.

**3. La problématique**

Dans le monde entier et jusqu'aux années 80 l'entrepreneuriat était réservé généralement aux hommes, car des contraintes culturelles sociales, juridiques, politiques et économiques, empêchaient les femmes d'investir dans des activités entrepreneuriales, tout fois au cours des trois dernières décennies et dans de nombreux pays les entrepreneures femmes représente une part croissante dans les contingents des chefs d'entreprise en jouant un rôle important dans le développement de l'entrepreneuriat. (TAHIR METAICHE Fatima-2013-P1).

La femme ne cesse de s'imposer dans la société, ce qui affirme que les circonstances critiques ne l'ont jamais empêchée à se mesurer aux hommes dans les domaines qui leurs étaient prétendument réservés, encore moins dans la création et la gestion des entreprises. . (D.R BENBRAIKA Abedlouahab-28-29-04-2014, P1)

Et la création des entreprises par les femmes demeure aujourd'hui et plus qu'avant un sujet très préoccupant pour toute la société qu'il s'agisse de création nouvelle, reprise, développement,...etc. En effet, réussir ce processus long et très souvent complexe ne s'avère pas facile, c'est une tâche pesante à toute femme porteuse de projet (ibid. P1)

Mais la réalité et tout autre, a couse notamment de poids de la société et des visions rétrogrades, cela dit quelles nombreuses a frapper aux pertes de l'entrepreneuriat .Mais leur faudra-t-il d'abord, sur montrée les différences obstacles qui freinent la montée d'un réel entrepreneuriat féminin en Algérie. ([www.Algérie actualité.com](http://www.Algérie actualité.com) 27/10/2008, P2)

L'impulsion de la femme algérienne vers le milieu des affaires est le fruit d'un long combat qui lui a permis de se sortir de l'emprise de l'homme et de ses tâches basique qui sont celles de femme au foyer pour se mettre en parité avec l'homme et récemment d'intégrer des taches de haute responsabilité.

Mais le taux des femmes entrepreneurs à augmenter, il a passé de 1292 en 1990 à pas moins de 3300 femmes en 2007, et cette croissance de l'emploi des femmes allées de Peine avec l'évolution de leur niveau d'instruction.

L'entrepreneuriat féminin implique une qualification, une expérience et un savoir

faire, ce sont des facteurs déterminant pour l'émergence d'un entrepreneuriat féminin et parmi les difficultés de ce dernier nous explique Rahou Yamina sociologue et chercheur au centre de recherche en anthropologie sociale et culturelle (Cracs) en mettant le doigt sur les carences du système citant l'environnement qui est ,selon elle inadéquat pour toute initiative privée notamment quant à la disposition et à la qualité des matières premières, ainsi que l'ampleur prise par le marché informel, elle à aussi confirmé que 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 et on signale aussi 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 entrepreneurs.(www.algérie actualité.com ,27/102008, P2)

Mais ces femmes entrepreneures en Algérie est un conducteur vers le développement du pays et aussi l'émergence de nombreux marchés, et aussi la baisse du chômage, ces femmes sont un exemple de courage qui résiste aux obstacles qui les freinent.

Et pour ce la notre problème s'articule dans les questions suivantes :

Quel est l'apport de la femme entrepreneurs Algérienne au développement de la société

Quels sont les obstacles rencontrés dans leurs activités ? Et comment faire pour les dépasser ?

#### 4. Les hypothèses

- les femmes entrepreneurs constituaient un moteur de développement social et économique elles sont à l'origine d'émergence de nombreux marchés.

-Les obstacles rencontrés par ces femmes c'est des obstacles principalement financiers, les traditions et les pratiques sociales ont aussi influencé fortement sur la place de la femme dans la société.

#### 5. Définition des concepts

**5.1** Selon ALAIN Bruno, l'entreprise est une organisation autonome des moyens matériels financiers et humains ayant vocation à l'exercice d'une activité économique qui produit transformation et distribution des biens et des services dans le but de réaliser un profit. (ALAIN Bruno, 2005, P186)

**L'entreprise :** Unité de production originale caractéristique du capitalisme, formée d'un groupe d'hommes travaillant ensemble a des postes différents, en vue de production des biens à vendre avec profits sur le marché, et c'est un groupe social d'où l'utilité en dehors du profit, objectif commun relation informatique. (GRAWITZ Madeleine, 2000, P153)

C'est un lieu de travail constitué de plusieurs personnes qui ont pour but la production et la vente.

**5.2 Entrepreneur :** au départ organisateur d'acte de production généralement détenteur de capitale, responsable des hommes de produit et de profit, de ce fait il prend les risques et anticipe la demande du marché, notion qui tend à disparaître avec l'évolution des entreprises et l'évènement des technostructures. (Ibid, P153).

C'est le personnage central du développement économique. Il définit le risque d'incertitude, exploite ses idées pour bénéficier au maximum des opportunités

qui se présentent. Sa réussite dépend en premier lieu de sa capacité à créer des nouvelles idées. En suite, de les réaliser sous forme de projet d'entreprise. (S.Boutillier, D.Uzumidis-1995-p34)

Le terme entrepreneur, souvent employé pour divers usages, ne possède pas de définition propre. La littérature sur ce thème, bien qu'encore jeune, prend de l'envergure et apporte solidité au domaine entrepreneurial. Celle qui lui convient, qui lui semble la plus appropriée à ses propos ou à son étude. (Marie-Héléro-2000-13)

**L'entrepreneure** : c'est la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante. (Marie-Héléro-2000-p15)

C'est la personne qui dirige une entreprise et qui a des capacités pour obtenir une production optimale.

**5.3 L'entrepreneuriat** : Tout d'abord, il y a bien un fait de société, puisque le mot n'est même pas répertorié dans les dictionnaires usuels. Et au fait, faut-il dire à côté du français « entrepreneurship », « entrepreneuriat » ou « entrepreneuriat » ? La logique plaide pour ce dernier terme, voire « l'entrepreneuriat » mais ces néologismes ne sont pas guère euphoniques et les Québécois ont choisi l'expression « d'entrepreneuriat » alors va pour l'entrepreneuriat.

Elle se définit comme processus mis en œuvre dans le but de créer une nouvelle entreprise. Le moment à partir duquel une nouvelle entreprise existe ne fait pas l'unanimité ; pour certains, c'est lorsque la raison sociale est inscrite au registre du commerce, d'autre jugement suffisant d'avoir un plan d'affaire et une offre de produits, pour d'autres encore, il faut une première transaction

commerciale, par exemple la vente. Pour tenir compte de cette complexité et intégré l'ensemble du processus entrepreneurial. (ANITA Fetz, 2003, P13).

Selon Fayolle « L'entrepreneuriat : est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise ». [Alain Fayolle. 2004. P254]

**5.4 L'entrepreneuriat féminin :** une stratégie de la dynamisation de l'entreprise et de l'économie du marché serait les deux façons d'une même réalité dans la société développée économiquement il est pour but de ce doter des outils nécessaire a la collecte d'information concernant les entreprise diriges par des femmes.

**5.5 Femme entrepreneure :** c'est la femme qui seule ou avec un ou des partenaires, à fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise qui assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante. (Marie-Hélène, 2000, P9)

C'est la femme qui à des capacités et de la volonté pour créée sa propre entreprise.

**5.6 Les PME :** est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et de services employant de 01 à 250 personnes dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 2 milliard de DA ou dont le total de bilan annuel n'excède pas 500 millions de DA, et qui respecte le critère de l'indépendance. (MARZOUK Farida, 2006, P4)

C'est la petite et moyenne entreprise, le nombre des employés en dépasse pas 250 personnes.



## **6 La pré-enquête :**

On' a fait cette après enquête pendant le mois janvier et elle a durée 10 jours, a les objectifs suivants :

- Assurer l'accessibilité de notre thème sur le terrain ;
- Avoir une idée sur la population d'étude, cette étape nous a permis de ce préparer pour l'étude finale sur le terrain et aussi pour connaitre les obstacles qui peuvent nous générer durant notre l'enquête ;
- Pendant la pré- enquête on 'a réalisé deux entretiens exploratoires avec deux femmes entrepreneurs à Tizi-Ouzou, la première a une école privée ? et la seconde a un salon de coiffure, et cet entretien ce comporte des questions claires, simple, et on 'a donné une occasion à ces femmes de s'exprimer et de donner leurs avis sur ce thème
- Cette étape ma permis de clarifie la problématique, de précise les hypothèses, la méthode et les techniques utilisé

## **7. Méthodes et techniques utilisées :**

D'abord le chois de la méthode c'est selon l'objectif et la taille de la population et bien sûr selon notre recherche

### **7-1La méthode :**

Le choix de la méthode c'est par rapport à la nature de thème et de sujet et ce dernier nécessite la méthode qualitative qu'a pour objet la compréhension c'est-à-dire de comprendre le sujet de recherche qu'est l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

### **7-2 La technique :**

La technique qu'ont utilise dans la méthode qualitative c'est l'entretien c'est la méthode d'enquête en science sociale qui a pour but de recueillir des informations verbales à partir d'une relation de face à face entre l'enquêteur et

l'enquête, le but c'est d'avoir d'accueillir le maximum d'informations sur notre thème qu'est l'entrepreneuriat féminin en Algérie sur leur choix d'activité, les sources de financement, les obstacles rencontrés lors de démarrage d'activité et leur apport à l'émancipation de la femme en général

### **7-3 la présentation de guide d'entretien :**

Ce guide d'entretien c'est pour avoir des informations fiables au près de notre échantillon qui est les femmes entrepreneures Tizi ouzou ce guide d'entretien contient 12 questions qui sont réparties comme suit :

Les premières sont consacrées pour donner les données personnelles des femmes interrogées ;

Après des questions sur le secteur d'activité, les sources de financement et les obstacles rencontrés

Et les dernières sur le rapport de la femme au développement de la femme et le côté socio-économique.

### **7-4 L'analyse thématique :**

Quant on a terminé la collection des informations sur les femmes entrepreneurs de Tizi Ouzou on a entamé l'analyse thématique.

Notre guide d'entretien contient des thèmes et des sous-thèmes, et les thèmes abordés sont comme suit :

-Données personnelles sur les femmes entrepreneurs ;

-les moyens et les sources de financement ;

-Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneurs ;

-l'apport de ces femmes au développement de la femme en générale et le développement socio-économique.

**7-5 Le déroulement de l'entretien :**

Notre entretien a basé sur 10 femmes entrepreneure qui a recueillir le maximum d'information dans la période de 45jours a partir du 12 -06-2014 au 26 mai 2014 et deux fois par semaine.

**7-6 Les difficultés rencontrent :**

- Les difficultés de trouver les femmes qui acceptent d'être l'interroger.
- les femmes refusent les enregistrements parce que c'est avec ce dernier quand peut avoir des informations détaillées.
- Le manque des données officielles sur ces femmes.
- Une de ces femmes elle n'a pas pu répondre à toutes les questions posées dans l'entretien pour des raisons qu'elle estime personnelles.

**Préambule:**

Dans ce chapitre nous allons présenter le concept de l'entrepreneuriat comme phénomène économique et social, et aussi leurs champs de recherche.

**Section1 : Définition et culture entrepreneurial****1-1 Définition de l'entrepreneuriat**

Le débat sur la définition de l'entrepreneuriat a pris plusieurs aspects, en effet l'entrepreneuriat est un phénomène complexe et diversifié qui au cours de ces dernières années a signifié diverses choses. La compréhension que nous avons se doit beaucoup à l'économiste Josef Schumpeter, d'après lui «Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie».

L'entrepreneuriat conduit beaucoup de changements dans les marchés et les secteurs de l'économie parce que de nouveaux produits arrivent pour remplacer les anciens. (J.Schumpeter, 1979, p 479).

L'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois où entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et pour ses membres de famille.

L'entrepreneuriat est un processus d'organisation qui conduit à la création d'une nouvelle organisation.» Selon Johannisson (2003) l'entrepreneuriat est considéré comme « un processus dans lequel des ressources, indépendantes à l'origine, sont réorganisées d'une nouvelle façon pour saisir une occasion d'affaires ». Pour Hernandez et Marco (2006).

**1-2 Le phénomène entrepreneurial :** est constitué de trois dimensions permanentes, à savoir: l'organisation créée, l'environnement et l'entrepreneur. Ce dernier constitue le sujet et l'acteur du phénomène, c'est de son action et de

ses caractéristiques et compétence que résulte l'émergence d'une organisation ce n'est à partir des années 60 que l'analyse de l'entrepreneur s'est élargie au-delà de ses fonctions économiques à l'étude de ses actes et comportements, ses traits psychologiques et sur l'influence des variables sociales et culturelles. (BARREZIG Amina, P 3)

### **1-3 La culture entrepreneuriale**

L'entrepreneuriat n'est pas un phénomène économique et social mais aussi socioculturel, L'action entrepreneuriale ne peut se concevoir en dehors de la société à laquelle appartient l'entrepreneur.

La culture entrepreneuriale c'est la culture qui ancrée tout au long du processus entrepreneurial: depuis l'intention jusqu'au développement des entreprises, elle conditionne et influe sur la pensée, les caractéristiques, les actes et les comportements des entrepreneurs.

La culture entrepreneuriale se mesure par l'intensité et la vitalité entrepreneuriale d'une société, elle valorise les caractéristiques typiques aux entrepreneurs, et les valeurs de l'entrepreneuriat: autonomie, créativité et esprit d'entreprise ,La culture entrepreneuriale serait en effet constituée de qualités et d'attitudes exprimant la volonté d'entreprendre et de s'engager pleinement dans ce que l'on veut faire et mener à terme. Elle se veut être comme une culture du projet, une culture toute particulière puisqu'elle vise à produire de la nouveauté et du changement. Elle se veut aussi être une culture de création et de construction. (Ibid, P8)

.

## Section2 : les champs de l'entrepreneuriat

### 2. Les champs de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat aborde trois types de question, voire trois champs de recherche principalement qu'ils sont comme suit :

#### 2-1 L'esprit d'entreprise:

L'esprit d'entreprise peut être défini comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à :

Prendre des risques pour engager des capitaux pour s'investir dans une sorte d'aventure une entreprise, d'consistant à apporter quelque chose de neuf(L'innovation), de créatif, ceci en employant et en combinant de la façon plus performante possible des ressources diverses (dans une organisation, autre sens, plus institutionnel, du mot entreprise).

Bien entendu, on pense ici immédiatement l'entreprise capitaliste .un ou quelques individus investissent des capitaux dans une affaire, et acceptant un certain risque (lié, souvent au caractère innovante de l'entreprise) en proposant des produits sur le marché, afin d'en retirer un profit, rémunération des capitaux investis

Mais l'esprit d'entreprise peut se retrouver dans bien des organisations : un chef de clinique, un directeur un responsable. Sachant que la proportion des risques personnels, d'innovation et d'organisation est très variable selon les cas.

De même on peut observer l'esprit d'entreprise dans tout les pays et système économique, quelque soit la région ou la période de l'histoire.

## 2-2 la création d'entreprise

La conséquence logique est que l'esprit d'entreprise suscite la création d'entreprises. Entre 1925 et 1975, le développement du capitalisme s'est largement appuyé sur le mythe de la grande entreprise, hiérarchisée, qui bénéficiait des avantages liés à la grande dimension économique, et diversification des activités. Il valait donc mieux que les entreprises existantes crussent, plutôt que de créer de nouvelles entreprises. La crise des années 1975 a conduit à renverser petit à petit la proposition, pour remettre au premier plan l'importance de création d'entreprise. Cette position correspondait à la nécessité de trouver des nouveaux emplois, essentiellement dans les services, pour remplacer les emplois disparus mais aussi pour répondre à des technologies nouvelles, et des besoins nouveaux.

On a donc vu apparaître des politiques industrielles, pratiquement dans tous les pays du monde, axées sur la promotion d'entreprise nouvelle ou de petite taille, à l'aide d'incitations financières et fiscales, de soutiens matériels et technologiques, pour l'essentiel. Mais les résultats ont été très inégaux.

## 2-3 l'entrepreneur :

L'entrepreneur est certainement le personnage le plus curieux de l'analyse économique et de gestion, considéré comme central par ces disciplines. (PIERRE-André Julien et (Op-cite p10).

L'entrepreneuriat est un métier à part entière qui nécessite des compétences spécifiques pour exercer ses différentes fonctions relatives à la création, la planification, l'organisation, la coordination...etc. Dans le domaine de l'entrepreneuriat, plusieurs auteurs ont proposé des classifications typologiques des compétences des entrepreneurs qui concernent essentiellement l'identification d'opportunités; vision stratégique; gestion du réseau d'affaires;

gestion du temps, du travail; gestion financière, marketing, ressources humaines; gestion des lois et règlements...

Dans la même voie, Chakir décompose les compétences nécessaires à l'exercice du métier d'entrepreneur en quatre catégories:

➤ **Compétences managériales typiques:**

Avoir une vision ou le savoir devenir, capacités à résoudre des problèmes, aptitudes dans le domaine de l'organisation, la prise de décisions, la communication et la prise de responsabilités;

➤ **Compétences sociales:**

Capacité d'écoute, savoir déléguer, savoir constituer et tirer profit des réseaux, relations humaines (aptitudes dans le domaine de la coopération, du travail en groupe);

➤ **Aptitudes personnelles :**

Confiance en soi, motivation, énergie, capacité de résistance et d'endurance, capacités conceptuelles;

➤ **Compétences entrepreneuriales typiques:**

Esprit d'initiative, sens de l'action et de la créativité, prise de risques au niveau de la concrétisation des idées. (BERRZIG Amina, Op-cite, P6)



---

**Section3 : L'entrepreneuriat est un phénomène économique et social :****3. L'entrepreneuriat et un phénomène économique et social :**

L'entrepreneur devait pouvoir relier ses comportements et ses actions à des besoins et des attentes exprimés par toutes les composantes de la société.

L'individu qui veut entreprendre ne peut ignorer complètement les conséquences économiques de l'environnement qu'il recherche, sa crédibilité sociale et le dispositif général dans lequel il va inscrire son action et puiser les ressources nécessaires. Il nous semble enfin qu'il est plus facile d'entreprendre si l'on connaît bien les spécificités culturelles du pays dans lequel on envisage de réaliser l'acte.

**3-1 L'entrepreneur, moteur de la dynamique économique :**

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. L'entrepreneur est l'innovateur qui apporte la destruction créatrice (Schumpeter, 1935). Tout cela est parfaitement mis en valeur par Octave Gélienier (1978) qui insiste sur l'importance des apports de l'entrepreneur à l'économie : « les pays, les professions, les entreprises qui innoveront et se développeront sont surtout ceux qui pratiquent l'entrepreneuriat. Les statistiques de croissance économique, d'échanges internationaux, de brevets, licences et innovations pour les 30 dernières années établissent solidement ce point : il en coûte cher de se passer d'entrepreneurs ».

Quel sont, plus précisément, ces apports des entrepreneurs. (ALAIN Fayolle, Op-cite, P8)

**3-2La création d'entreprises et le renouvellement du parc :** Même si la création d'entreprises est une notion à facettes multiples et que les entreprises

nouvelles constituent un objet hétérogène (Bruyat, 1993), il reste néanmoins possible de préciser l'importance du phénomène dans notre pays.

Depuis plusieurs années, le nombre d'entreprises créées annuellement, en France, se situe dans la fourchette 250 000- 300 000(source APCE). Encore convient-il de bien saisir ce que l'Agence Pour la Création d'Entreprise(APCE) retient dans ses statistiques et dans ses chiffres. Pour l'APCE, la création d'entreprise recouvre trois situations différentes :

-la création ex nihilo : création d'une entreprise par un individu ou un groupe ; on peut réellement parler, dans ce cas d'une entreprise nouvelle.

-la reprise d'entreprise : création d'une entreprise reprenant partiellement ou totalement les activités et les actifs d'une entreprise ancienne ;

-la réactivation d'entreprise : redémarrage des activités d'une entreprise en sommeil.

Il est clair, dans ces conditions, que la création d'entreprises nouvelles ne représente qu'une partie du nombre total de créations d'entreprises enregistrées chaque année en France.

La majorité des entreprises sont créées dans les secteurs du commerce et des services. Les activités industrielles ne représentent qu'une faible proportion de ces nouveaux entrants. Pour compléter ce premier regard, bien que les études Statistiques cernent très mal ce type d'événement, les créations dans les secteurs technologiques innovants ne dépasseraient pas 4% du total.

Le taux de renouvellement du parc(nombre de créations rapporté au nombre total d'entreprises recensées) est proche de 11%, ce qui signifie qu'en 2001, le phénomène de création d'entreprises, pris dans sa globalité, a permis de réinjecter 11% de nouveaux entrants dans un parc d'entreprises. Ce chiffre reste stable dans le temps et l'apport d'entreprises nouvelles permet donc de

compenser les phénomènes de cessation d'activités et de disparition d'entreprises. A ce niveau, le rôle économique et social de la création d'entreprise apparaît essentiel. (Ibid., P9)

### **3-3 L'innovation :**

L'entrepreneuriat et l'innovation sont associés depuis que l'économiste autrichien Joseph Schumpeter à évoqué la force de processus de « destruction créatrice » qui caractérise l'innovation. L'idée contenue dans cette expression à première vue paradoxale est que l'émergence de nouvelles entreprises innovantes met très souvent en difficulté, voire entraîne la disparition, d'entreprises existantes, installées dans leurs secteurs d'activité et qui n'ont pas su (ou pu) adapter leurs produits, leurs services ou renouveler leurs technologies. D'après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de « destruction créatrice » en identifiant les opportunités que les acteurs en place ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques.

Une très bonne illustration de ce phénomène de « destruction créatrice » est certainement celle de la calculatrice économique conçue, produite et commercialisée, au milieu des années 1970, par des entreprises telles que Texas Instruments et Hewlett Packard. A l'époque, ce produit innovant a bouté hors du marché les producteurs de règles à calculer, et notamment l'entreprise française Graphoplex, qui ne disposaient pas du capital technologique sur lequel était fondée l'innovation. (Ibid., P10)

La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices. Ils doivent connaître, appliquer et maîtriser les principes qui permettent de mettre en œuvre les innovations, avec les meilleures chances

de réussite. Le changement constitue donc une norme habituelle pour l'entrepreneur qui sait aller le chercher, agir sur lui et l'exploiter comme une opportunité.

Les économistes qui ont dans l'innovation une des fonctions importantes de l'entrepreneur se rejoignent général sur une conception large de l'innovation, qui trouve son origine ou ses fondements dans :

- l'imprévu : la réussite, l'échec, l'événement extérieur inattendu ;
- la contradiction entre la réalité telle qu'elle devrait être, ou telle qu'on l'imagine ;
- la permanence des besoins structurels ;
- le changement démographique ;
- les nouvelles connaissances scientifiques ou non.

Certes l'innovation n'est pas uniquement l'œuvre des entrepreneurs, mais, nous inscrivant dans la pensée de Schumpeter, nous pensons que les entrepreneurs introduisent beaucoup plus fréquemment que les autres acteurs, les innovations de rupture. Les grandes entreprises utilisent davantage leurs ressources pour améliorer les produits et les processus en apportant des innovations incrémentales.

### **3-4 La création d'emploi:**

Depuis le début des années 1970, la création d'entreprise apparaît comme une source potentielle d'emplois et une réponse au problème du chômage .des chiffres sont en général, prudemment avancés pour tenter de quantifier le nombre d'emplois générés par la création d'entreprise .la difficulté principale réside dans la définition qui est donnée au mot emploi : s'agit-il d'emplois directs ou d'emploi induit ? D'emplois créés ou d'emplois pérennisés ? D'emplois à temps plein ou d'emploi à temps partiel ?

Face au manque de précision et à l'incertitude ambiante, ce sont les convictions ou certaines tendances de la personnalité (optimiste/pessimiste) qui s'expriment. Malgré tout, on peut considérer, en nous appuyant sur les travaux de l'APCE, que la création d'entreprises contribuerait à créer environ 400 000 à 450 000 emplois, alors que la reprise d'entreprises permettrait de sauvegarder environ 300 000 emplois. Il s'agit bien, ici, d'emplois créés ou sauvegardés au moment de l'acte entrepreneurial et non pas d'emplois pérennisés, au bout d'une période de cinq ans par exemple. (Ibid, P11)

### **3-5 L'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les institutions :**

Les entreprises et certaines institutions cherchent à développer, à retrouver ou à conserver certaines caractéristiques entrepreneuriales comme la prise d'initiatives, la prise de risques, l'orientation vers les opportunités, la réactivité ou la flexibilité. Pour cela, elles n'hésitent pas à s'engager dans des démarches de changement et, parfois même, de transformation assez lourdes et consommatrices d'énergie et de ressources. Drucker(1985) est un des premiers à observer cette tendance : « Today's businesses, especially the large ones, simply will not survive in this period of rapid change and innovation unless they acquire entrepreneurial competence ». Comment développer la compétence entrepreneuriale ? En essayant de changer l'organisation et l'état d'esprit, comme nous allons le voir.

Il faut s'efforcer de revoir, tout d'abord, les conditions de structuration et d'organisation des entreprises.

Très souvent, les entreprises et institutions disent rechercher l'esprit d'entreprise (ou plutôt l'esprit d'entreprendre) qui semble leur faire défaut, comme les montre une publicité récente de Hewlett Packard qui affirme que l'objectif de l'entreprise est de retrouver « l'esprit de garage » c'est à dire l'état d'esprit qui prévalait lors de la création de l'entreprise. Après l'organisation,

c'est donc l'état d'esprit qui doit évoluer .L'esprit d'entreprendre intéresse au plus haut point les entreprises et les institutions en raison des caractéristiques qu'il révèle comme l'encouragement à l'imagination, à l'adaptabilité et à la volonté d'accepter des risques .L'esprit d'entreprendre traduit une orientation forte vers la recherche d'opportunité et les initiatives créatrices de valeur. Il peut également signifier un engagement plus fort des individus et des aptitudes plus marquées à prendre des responsabilités ou à les exercer. (Ibid, P12)

### **3-6 les mutations structurelles et la réinsertion sociale**

La création d'entreprises constitué, très souvent une modalité forte d'accompagnement des processus de mutation structurelles et de changement de l'environnement politique, technologique, social ou changement. Ces mutations et ce changement gènèrent de l'incertitude et de l'instabilité qui vont être à l'origine de l'apparition d'opportunités de création de nouvelles activités économiques le développement des activités tertiaires pour compenser l'effondrement des secteurs d'industriels doit beaucoup à la création d'entreprise. L'arrivée de l'entèrent et des nouvelles technologies liées à l'informatique et à la communication à permis à de nombreux entrepreneurs potentiels d'exploiter concrètement des opportunités.

La transformation radicale des relations est/ouest et l'ouverture des pays de l'est à l'économie de marché a également offert de très nombreuses occasion de création d'activité.

Dans nue logique de maintien du tissu productif, l'entrepreneuriat, à travers la capacité d'entreprendre de personnes physique, apporte, une solution au problème de la création de la transmission de nombreuses entreprises qui pourraient être conduites à la disparition, faute de repreneurs.

La création d'entreprise est enfin un vecteur puissant de réinsertion sociale .Elle permet, en effet, à des chômages de plus ou moins longue durée,

dans certaines conditions, de retrouver un emploi créé, grâce à leur sens de l'initiative, à leur ténacité et à leur esprit d'entreprendre. N'oublions pas qu'en France, les 2/3 des créations d'entreprise correspondent à des créations survies à travers des stratégies de retour à l'emploi. (Ibid, P13).

### **Conclusion du chapitre :**

On constate à partir de ce chapitre que l'entrepreneuriat est reconnu comme un moteur de l'économie, et aussi un moyen pour résoudre le chômage.

---

**Section 1 : L'entrepreneuriat féminin****1-1 Synthèse sur l'entrepreneuriat féminin**

L'entrepreneuriat féminin reste insuffisamment développé dans la plupart des pays de l'OCDE. En France, la part des femmes dans l'entrepreneuriat est de l'ordre ou inférieur à 30 % quelle que soit la mesure retenue (créateurs, dirigeants, auto-entrepreneurs, indépendants...) et la dynamique favorable observée en matière de créations d'entreprises ces dernières années n'a pas vu évoluer significativement ces chiffres.

Il est naturel, face à un tel constat, que les gouvernements se saisissent du dossier. Deux arguments majeurs justifient une action publique en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Un premier vise à garantir l'égalité entre les hommes et les femmes dans l'accès à la création ou la reprise d'entreprise. Le second argument concerne plus généralement l'efficacité économique et la croissance. Tout d'abord, on peut voir dans ce nombre insuffisant d'entrepreneurs femmes un gisement important d'emplois. Comme le nombre d'emplois engendrés par une création d'entreprise dépasse l'unité, il est même à espérer un effet de levier d'un accroissement de l'entrepreneuriat féminin. Il se pourrait ensuite que les entreprises créées par les femmes (ou leur mode de gestion) se révèlent dans la durée plus performantes et plus résilientes que celles dirigées par des hommes. Une action publique à destination des femmes dans les phases de création et développement de leurs entreprises pourrait alors d'autant plus se justifier. Que l'avisée soit l'égalité ou l'efficacité, il apparaît donc essentiel de comprendre les freins ou les déterminants spécifiques aux femmes dans la création d'entreprise et d'identifier des leviers d'action en leur faveur. De nombreux travaux et rapports ont été réalisés sur ces thèmes, en France comme dans les organisations internationales, et de nombreuses actions ont déjà été engagées dans la plupart des pays. Il subsiste toutefois certaines interrogations, plusieurs constats restant en effet parfois contradictoires.



L'objet de cette étude est d'essayer d'éclaircir trois de ces « puzzles ». Les femmes valorisent l'entrepreneuriat autant que les hommes et pourtant elles ont moins fréquemment l'intention de se lancer dans l'aventure. Ce sera notre premier puzzle. De nombreuses sources et témoignages font apparaître une difficulté d'accès au financement des femmes entrepreneurs, et pourtant ces dernières ne soulignent pas plus que les hommes une telle difficulté dans les enquêtes.

Ce sera notre deuxième puzzle. Enfin, les travaux existants présentent les entreprises créées par des femmes comme moins pérennes, alors que, passée une certaine taille, elles seraient à l'inverse plus performant.

Ce sera notre troisième puzzle. Pour résoudre ou mieux éclairer ces trois questions, nous recourons à différentes sources statistiques sur données individuelles, certaines peu exploitées (données individuelles du Global Entrepreneurship Monitor, enquête Patrimoine, partie publique de l'enquête SINE). Une prochaine étape pour compléter ce travail sera l'exploitation approfondie de l'enquête complète SINE accord du Comité du secret statistique obtenu mi-mars 2013) et de la base de données créée par Women Equity Partner mise à notre disposition.

L'entrepreneuriat féminin regroupe des réalités économiques très diverses, d'où l'importance de bien typer les différentes entreprises à la fois pour conduire un diagnostic correct et pour cibler au mieux les politiques publiques. Nous essayons systématiquement de prendre en compte l'hétérogénéité des créatrices et des entreprises créées et, lorsque les données le permettent, nous nous concentrons sur les entreprises susceptibles de croître, en excluant du champ d'analyse les indépendants et les auto-entrepreneurs qui méritent une étude spécifique.

En réponse à notre première interrogation nous montrons que les déterminants de la création d'entreprise contextuels (pays, conjoncture) et sociodémographiques (âge, statut en emploi, situation familiale, revenus,

diplôme, réseau) expliquent assez bien la probabilité de créer une entreprise. La France apparaît d'ailleurs à cette aune comme très propice à la création d'entreprise, assez bien classée derrière les États-Unis, au même niveau que l'Allemagne, loin devant l'Espagne, l'Italie, la Suède, le Royaume-Uni ou le Danemark. Toutefois, un « facteur femme » apparaît peser significativement sur la probabilité de se lancer dans l'entrepreneuriat.

L'analyse montre d'ailleurs que la prise en compte des déterminants sociodémographiques et contextuels ne modifie pas la probabilité défavorable pour une femme de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale telle que mesurée initialement : il y aurait bien une spécificité qui tiendrait au genre, et qui serait de plus indépendante de ces déterminants « objectifs » traditionnels.

Pour aller plus loin, nous introduisons alors des variables subjectives, susceptibles de rendre compte de l'intériorisation des contraintes liées à la création d'entreprise (avoir peur d'échouer, se sentir capable d'entreprendre, voir des opportunités pour créer une entreprise). Celles-ci apparaissent effectivement peser d'un poids important dans la probabilité de créer une entreprise. Surtout, contrairement aux variables objectives, elles réduisent significativement l'effet négatif du « facteur femme » : l'interprétation de ce résultat est que les freins subsistants encore dans l'entrepreneuriat féminin sont essentiellement liés aux représentations. Néanmoins, il subsiste une spécificité au fait d'être femme en matière de création d'entreprise, au-delà des effets « d'intériorisation ».

Nous étudions plus en détail les biais liés à la situation familiale, ceux liés à l'expérience préalable et à l'existence d'un réseau, sans éclaircir cet écart résiduel. Le projet entrepreneurial est sans doute arbitré avec un projet familial avant la création et il est plus difficile de le mettre en évidence au travers des données dont nous disposons. En revanche, l'analyse des différences hommes femmes en matière d'aversion au risque et de motivation permet d'apporter un dernier éclairage sur le thème et de suggérer des pistes de politiques publiques.

La seconde partie de notre étude est consacrée à la question de l'accès au financement. Le « puzzle » peut être résolu en considérant que les entreprises créées par des femmes ont une demande de financement différente de celles des hommes. Cette demande, plus faible, rendrait in fine moins prégnante une discrimination qui existerait au niveau des banques et du secteur du capital investissement.

Nous montrons qu'effectivement il existe des spécificités pour les entreprises créées par les femmes (secteurs, management, prise de risque), mais que les écarts restent modestes et s'expliquent plus par l'existence de certaines catégories au sein de la population des femmes entrepreneurs que par celle d'un biais général. Nous zoomons ensuite sur les dispositifs publics visant en particulier les chômeurs, sur la catégorie des créations d'entreprises innovantes et sur les reprises d'entreprises.

Nous montrons au total que si les efforts en matière d'accès au financement des femmes entrepreneurs sont encore les bienvenus, il ne s'agit pas là d'un frein général qui serait une clef unique pour l'entrepreneuriat féminin et qu'un ciblage spécifique est à construire. Enfin, la troisième partie traite la question de la performance des entreprises dirigées par des femmes. En ce qui concerne les grandes entreprises, les réponses semblent aujourd'hui sans ambiguïté : oui, les entreprises dirigées par des femmes surperforment.

Certains modèrent ces résultats en mettant en avant la diversité de genre comme étant le facteur de succès et non le fait d'une direction féminine, mais les chiffres sont assez clairs et ne font pas, pour le moins, état d'une sous-performance. Nous nous concentrons sur l'analyse des ambitions et des taux de survie des entreprises afin de mieux appréhender les raisons des taux de pérennité plus faibles chez les entreprises créées par des femmes.

L'analyse plus fine que nous proposons permet de focaliser les fragilités sur certains types de projets plus que sur une sous-performance que présenteraient ces entreprises en général. De ces trois grandes questions que

nous avons approfondies dans le travail qui suit ressort un trait majeur. L'entrepreneuriat des femmes ne doit pas être considéré de façon monolithique.

L'action des pouvoirs publics doit clairement distinguer ses cibles entre des projets de création visant essentiellement à créer son emploi ou à exercer une activité par nature indépendante, des projets d'entreprise visant à bâtir collectivement – même si 'affectio societatis' n'est pas visible à la création – et des projets plus ambitieux encore en termes de croissance, où l'horizon doit être celui de l'entreprise de taille intermédiaire (ETI), et du développement international.

Sur la base de ces analyses, la dernière conclusion esquisse quelques pistes de politique économique. Un premier axe relève d'un besoin de documentation et de suivi des entrepreneurs plus systématique, en vue d'un meilleur pilotage de l'entrepreneuriat et, en particulier, de l'entrepreneuriat féminin, ainsi que d'évaluations des mesures d'aides existantes.

Cette conclusion s'inscrit dans la lignée du rapport de la Cour des Comptes qui stigmatise le manque d'évaluations du « millefeuille » des aides actuelles, ou du rapport de la Commission européenne qui préconise un marquage plus systématique du genre dans les enquêtes. Il serait possible d'être plus ambitieux afin de disposer plus rapidement d'informations, en examinant par exemple la mise en place d'un portail normalisé des créations d'entreprises où les différentes parties prenantes pourraient simplement contribuer de façon décentralisée en apportant les éléments d'information qui les concernent (Pôle emploi, OSÉO, France Active, structures de soutien régionales, les bénéficiaires, leurs investisseurs lorsqu'il s'agit d'institutionnels, etc.). Par ailleurs, deux freins à l'entrepreneuriat et plus particulièrement à l'entrepreneuriat féminin méritent d'être étudiés de manière plus précise : l'accès à un réseau et l'accès au financement.

Les freins dans l'accès au financement pour les créatrices d'entreprises sont difficilement mesurables à travers les enquêtes existantes. Afin de mieux

les cerner, la charte envisagée par le gouvernement, à laquelle adhèreraient les réseaux bancaires, pourrait prévoir une restitution annuelle des taux de refus bancaire en fonction du genre du porteur de projet, ainsi que la mise en œuvre d'une méthode statistique pouvant permettre de détecter effectivement la présence de discriminations, à même de justifier une intervention et si besoin, d'éventuellement développer les garanties supplémentaires à l'égard des femmes.

Une seconde famille de pistes vise les stéréotypes de genre, et plus généralement les représentations en matière d'entrepreneuriat qui peuvent être des freins en amont de la création. En particulier le développement de « rôles modèles », c'est-à-dire d'exemples d'entrepreneurs (féminins) à même de stimuler un public pouvant s'identifier, et éventuellement ciblant spécifiquement les étudiant(e)s de filières scientifiques.

Par ailleurs, un des constats de notre étude est que l'expérience entrepreneuriale joue fortement sur la décision de lancer sa propre activité, et ce quelque soit le genre. Il conviendrait ainsi de démultiplier certaines expériences dans les cursus du supérieur qui mettent en situation leurs étudiants pour créer une entreprise en groupe.

Ce type d'expériences s'appuierait sur les politiques nationales existantes, telles que les pôles d'entrepreneuriat étudiants (PEE), ou les maisons de l'entrepreneuriat. De même, toute mesure favorisant la création à partir d'équipes mixtes, avec une mixité du genre mais également du type de formation apparaît bienvenue, sans que nos analyses ne puisse faire autre chose que le suggérer.

D'autres orientations pourraient faire l'objet d'une étude plus approfondie, à partir de notre constat que l'expérience entrepreneuriale est un gage de succès pour ensuite créer et développer sa propre entreprise. L'une d'entre elles étendrait la question de l'emploi dans l'entrepreneuriat féminin à celle, plus générale, de l'enclavement en matière de ressources humaines auquel

font face les PME françaises. Le Centre d'analyse stratégique a d'ailleurs mis en évidence l'importance d'aider les PME à se structurer en termes des ressources humaines pour favoriser leur essor, notamment à l'international (Dhont-Petrault, 2012).

Enfin, une dernière famille concerne la création elle-même et le développement de l'entreprise. Au-delà des mesures existantes ou souvent préconisées, il est possible de réfléchir à d'autres pistes. Par exemple, il pourrait être examiné dans quelle mesure le FGIF, fonds garantissant l'endettement des entreprises créées par des femmes, pourrait le cas échéant être complété par un fonds de garantie sur les fonds propres.

À noter dans le même esprit l'expérimentation de la région Poitou-Charentes, avec la Caisse des Dépôts et d'autres partenaires, qui visent à mieux doter en fonds propres les entreprises créées par des femmes. L'idée est, en simplifiant, de s'appuyer sur des réseaux délivrant des prêts d'honneur et de créer un fonds qui vient les abonder.

Notre étude a mis en évidence la grande hétérogénéité de l'entrepreneuriat féminin. Dans une logique de recherche d'efficacité économique et de croissance, il convient de cibler les créateurs d'entreprises à la fois selon des caractéristiques susceptibles d'entraîner certains comportements et décisions (aversion au risque, motivations, mais aussi revenus, patrimoine, capacité à mobiliser un capital financier ou social, etc.) et des caractéristiques plus objectives (âge, statut dans l'emploi, localisation...). Cette démarche est essentielle car elle permet sans doute d'éviter la stigmatisation qu'entraînent des actions réservées aux femmes (certifications, labels, prix, réseaux, etc.). Il est plus pertinent selon nous d'identifier des actions dédiées à des catégories d'entrepreneurs non définies par le genre, mais là où les femmes entrepreneurs sont le plus susceptibles de bénéficier d'un soutien naturellement plus important.

À titre d'exemple, on peut penser à la question des labels d'innovations : créer une catégorie « innovation femmes » peut conduire à exclure les femmes

qui sont aujourd'hui aussi innovantes que les hommes du label « innovation », et risque de créer un label de « seconde zone » aux yeux des financeurs par exemple ; en revanche, créer une catégorie « innovation services » renforce la probabilité d'offrir le label à des femmes sans rien retirer de la possibilité de bénéficier du label initial. Cette approche s'applique également aux différences comportementales constatées entre hommes et femmes, par exemple en matière d'aversion au risque.

Lorsque cela s'avère impossible ou délicat de cibler, des mesures favorisant « l'auto-sélection » doivent être considérées. Cette démarche relève d'un principe de contrat d'assurance où sont modulés les niveaux d'assurance en fonction du type de risques couverts. L'assuré choisit le contrat qui lui correspond le mieux parmi toute une famille de contrats ; si l'assureur a bien structuré son offre, le contrat retenu par l'assuré sera aussi celui qui est optimal pour l'assureur. Dans le cadre de l'entrepreneuriat, les « avances remboursables » peuvent faire office de contrats modulable : les montants prêtés ou garantis dépendant d'engagements de l'entreprise (chiffre d'affaires, embauche, etc.), ils permettraient d'inciter les entrepreneurs frileux mais compétents à dimensionner de façon plus ambitieuse leur projet<sup>5</sup>. À nouveau, la segmentation qui peut être faite en matière d'entrepreneuriat féminin renforcerait le mécanisme « d'auto-sélection ». (CLAIRE Bernard et autres, 2013,p9)

### **1-2 Problèmes et barrières rencontrés par les femmes entrepreneures**

Si les hommes doivent faire face à des difficultés pour créer leur entreprise, les femmes ont à vaincre des barrières qui leur sont propres, notamment les attitudes socioculturelles négatives encore prévalentes, des barrières externes tout à fait pratiques et des difficultés personnelles les attitudes négatives ont souvent pour origine la discrimination sexuelle. Dans ses rapports quotidiens avec les différents partenaires associés à son entreprise :

Fournisseurs, banquiers ou clients, la femme souffre souvent d'un manque de crédibilité. En affaires, certains hommes ne prennent pas les femmes au sérieux.

En conséquence, ils considèrent les entreprises gérées par des femmes comme des passes temps!

De plus, il arrive que les femmes soient gênées par des lois ou par des politiques institutionnelles qui reflètent cette attitude. Il n'est pas rare dans le monde occidental qu'une femme qui veut devenir entrepreneur, demandant des prêts pour fonder son entreprise, ait à subir l'humiliation d'être obligée d'avoir son mari qui signe le contrat.

Les femmes doivent aussi franchir des barrières personnelles pour devenir entrepreneur. Etant la responsable principale des enfants, de la maison et des membres âgés de la famille, peu d'entre elles peuvent consacrer tout leur temps et leur énergie à leurs affaires. Pour tant dépit de ces responsabilités, la plupart des femmes s'organisent pour le faire avec efficacité. Mais les femmes dont la principale occupation fut d'être ménagères ont handicapées par leur manque d'expérience du management et de connaissance élémentaire du commerce. Beaucoup des femmes, sinon toutes, manquent de confiance en elles, peut-être à cause de leur éducation qui tend à en faire des aides et non des chefs.

De plus, les femmes n'aiment pas, en général, prendre des risques. Bien que nombre de leurs entreprises offrent des occasions de croissance, il y a des femmes qui préfèrent garder leur entreprise comme elle est plutôt que des risques à la faire croître.

D'autres femmes décident de ne pas la développer, même face à une forte demande, parce qu'elles n'acceptent pas de sacrifier leur vie de famille. (DIANE Chamberlain Stracher, 1996, P20).



---

**Section 2 : L'entrepreneuriat et les entrepreneurs en Algérie****2-1 Recherches actuelles**

Les recherches sociologiques récentes portant sur les PME et PMI sont relativement nombreuses en France et en Europe (B. Courault, P. Trouvé, 2000). Parmi elles, l'analyse des entrepreneurs acteurs et promoteurs de création et de développement de petite entreprise et de projets nouveaux prendrait corps dans une sociologie de l'entrepreneuriat qui s'inscrirait dans le débat contemporain relatif à la sociologie de l'entreprise. (A. Touraine; R. Sainsaulieu ; D. Segrestin ; N. Alter).

L'entrepreneur comme acteur central et l'entrepreneuriat comme stratégie de dynamisation de l'entreprise et de l'économie de marché seraient les deux faces d'une même réalité dans les sociétés développées économiquement.

Un regain d'intérêt dans la recherche française et européenne se développe dans un champ recouvrant les notions telles que l'innovation, l'entrepreneur, la création d'entreprise, les projets et les nouveaux produits, le processus entrepreneurial. Les théories économiques ont ignoré l'entrepreneur (hormis Schumpeter, 1965), ont négligé le rôle de l'esprit d'entreprise et les rôles des communautés sociales.

Les théories sociologiques ont proposé de multiples interprétations sur les processus de l'entrepreneuriat, tant les interprétations «classiques » (K. Marx 1867, M. Weber 1921) que les travaux plus récents (W. Plum 1977, H. Vérin 1982, D. Segrestin 1987, 1990, R. Laufer 1993, 1996, G. Minguet 1985, 1993, P. Trouvé 1989, 2000). L'entrepreneur s'affirme comme acteur central porteur de nouvelles dynamiques économiques et sociales. Les conduites entrepreneuriales sont étroitement articulées aux modèles de développement d'une société (G. Minguet). Le processus d'entrepreneuriat est ainsi spécifique à un pays, à une culture.

Il est en fait « socialement construite par des affects et des cognitions, des interactions et des règles une mémoire et un futur, des routines antérieures et des apprentissages en cours. C'est donc réaffirmer le fait que Paradoxalement les régulations sociales émergent des échanges politiques et des transactions économiques en même temps qu'elles sont constamment travaillées et remises en cause par eux ». Autre facette, l'entreprise est analysable comme un espace socioculturel directement influencé par les profils familial et socioprofessionnel et par les valeurs de ses créateurs et dirigeants.

Dans le champ des PME et PMI, les profils de dirigeants ont fait l'objet de plusieurs recherches soulignant la diversité de ces profils et les conséquences de leurs spécificités sur le développement et le fonctionnement de l'entreprise (J. Bunel et J. Saglio, 1976 ; H. Weber, 1988 ; P. Trouvé, 1992 ; G. Minguet, 1993 ; M. Bauer, 1993 ; R. Ardeni et P. Vrain, 1998). 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) sont des travaux déjà anciens portant démontrer indirectement sur cet objet de recherche. Plus récemment, des chercheurs de l'équipe du CREAD ont dans les années 1990 mené des recherches sur les entrepreneurs algériens tant en milieu rural (Bedrani, 1997) qu'en milieu urbain (Bouyacoub, 1997). Depuis 1989 l'économie de marché en Algérie se construit autour de la réforme de l'entreprise publique, les réformes économiques visant au départ l'entreprise publique (transformation de son statut juridique, de son organisation, de son mode de fonctionnement, de ses rapports avec l'Etat et son environnement).

L'objectif était de rendre le système économique performant avec ce mouvement de privatisation, et non pas ouvertement de construire une transition vers l'économie de marché (Bouyacoub, 1997). Or, la situation actuelle en Algérie se caractérise par le développement d'une économie de marché,

répondant à des logiques de marché, et coexistant avec l'économie centralisée des entreprises publiques.

Ces deux systèmes économiques ont existé jusqu'à ces dernières années. Dans des conditions de concurrence le secteur privé devance le secteur public ou étatique en termes de gains dans la production des biens et services (Belataff, 1997). L'entrepreneur est une figure principale dans ces créations et dans ces développements de nouvelles entreprises du secteur privé. (GILLET Anne, 2003)

## **2-2 La PME/PMI en Algérie**

La petite et moyenne entreprise en Algérie est définie, quel que soit son statut juridique comme étant une entreprise de biens et/ou de services employant 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.

La moyenne entreprise y est définie comme une entreprise employant de 50 à 250 personnes, la petite entreprise de 10 à 49 et la très petite entreprise (T.P.E.) ou micro-entreprise de 1 à 9 personnes.

La loi d'orientation sur la promotion de la P.M.E. en Algérie promulgue des dispositions générales dont les principes généraux définissent des mesures d'aide et de soutien à la promotion de la PME, afin de faciliter la création le développement et la compétitivité des entreprises.

Les pouvoirs publics sont mobilisés pour offrir les moyens nécessaires à cet effet dans de nombreux champs du développement de la PME : impulser la croissance économique, inscrire le développement des PME dans une dynamique d'évolution et d'adaptation technologique, promouvoir l'information relative au secteur des PME, encouragé leur compétitivité, améliorer leur rendement, inciter la mise en place de régimes fiscaux stables et adaptés, promouvoir un cadre législatif et réglementaire propice à la création et au développement, adopter des politiques de formation et de gestion des ressources humaines qui favorisent et encouragent la créativité, l'innovation et la culture

entrepreneuriale... L'Etat a créé un Ministère délégué, une Agence Nationale pour la Promotion des PME, des fonds de Caution et de Promotion ont été mis en place. Ainsi, une impulsion forte est donnée au niveau politique pour que le secteur économique privé se développe durablement. Cependant la traduction de ces volontés dans la pratique est tributaire de la conjoncture politique, administrative et sociale.

Dans quelle mesure les entrepreneurs, et notamment les entrepreneurs femmes font-ils appel et bénéficient-ils de ces mesures ?

L'analyse sociologique des chefs d'entreprise femmes comme celle des hommes entrepreneurs peut faciliter la compréhension du développement d'une nouvelle logique entrepreneuriale et des facteurs qui sont mouvements ou freins dans ces activités économiques et sociales. Elle permet de repérer les facteurs et les conditions du développement d'activités économiques et sociales dans un secteur investi d'importants enjeux pour l'économie de marché.

### **Quelle place occupent les femmes chefs d'entreprise parmi leurs homologues masculins dans le secteur des PME/PMI?**

Aucune recherche à notre connaissance ne traite spécifiquement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Les femmes créatrices et chefs d'entreprise sont identifiables dans divers secteurs d'activités tels que le commerce, l'artisanat, les exploitations agricoles.

Certaines ont des activités plus informelles autour des activités liées à l'alimentaire, l'habillement.

Elles sont moins nombreuses que les hommes chefs d'entreprise dans ces secteurs et encore moins nombreuses dans le secteur industriel. Il est très difficile d'avoir des statistiques concernant le nombre de femmes chefs d'entreprise en Algérie.

Il nous a cependant semblé important de distinguer l'entrepreneuriat féminin de l'entrepreneuriat masculin, dans une perspective comparative et dans le but de comprendre plus finement à la fois le processus entrepreneurial et à la

fois le processus de développement du travail féminin en Algérie. Ceci dans un contexte sociétal où leur condition féminine et les rapports sociaux de sexe largement influencés par la culture et la religion affaiblissent les marges de manœuvre des femmes au travail.

### **2-3 Conditions féminine et travail des femmes en Algérie**

Le travail des femmes est à resituer dans le contexte d'une société où les différences sociales entre les sexes sont (fortement) imposées, cadrées et marquées. Soulignons la spécificité islamique-culturelle religieuse et sociétale, du statut des femmes dans les sociétés musulmanes. N'oublions pas que les traditions les représentations et les pratiques sociales issues de la construction de la société algérienne influencent fortement la place des femmes dans cette société.

Des travaux relativement nombreux portent sur la condition féminine au Maghreb et en Algérie (Mansour Fahmy, 1913 ; G. Tillion, 1966 ; Allami N., 1988) et sur les évolutions des formes familiales algériennes (M. Boutefnouchet, 1979 ; D. Benham, 1986 ; E.M. Boutira, 1987). Peu de travaux récents portent sur le travail des femmes en Algérie (Mérabtine-Chérifati D., 1988 ; Musette-Belhouari M., 1988 ; Rebzani M., 1997). Très peu d'informations existent sur l'importance de l'activité féminine salariée, sur les types d'activités, sur la place des femmes sur le marché du travail, sur les représentations sociales du travail féminin. L'impact du travail salarié féminin sur la vie familiale a été étudié il ya une dizaine d'année dans le cas des femmes employées et mariées algériennes d'Alger.

Les motivations relevées des femmes à travailler sont prioritairement de l'ordre des besoins économiques.

Un des effets de l'activité salariée des employées serait d'accroître leurs marges de manœuvre et leurs possibilités de décider dans le cadre conjugal et familial (M. Rebzani M., 1997).

Poussées par des contraintes économiques, les femmes travaillantes sont à

Gérer plusieurs logiques parfois antagonistes entre traditions et modernité, entre logiques communautaires et logiques individuelles (N. Elias, 1991). Elles doivent selon nous créer une articulation originale et spécifique entre plusieurs mondes sociaux (L. Boltanski, L. Thévenot, 1987).

Dans ce contexte social et économique, les femmes chefs d'entreprise, en plus, ont directement à négocier et à affirmer une place nouvelle et affirmée de responsable d'entreprise, dans la société algérienne.

Elles ont à développer en conséquence d'autres stratégies de développements professionnels et spécifiques.

Quelles formes prend cette place «dominante »dans le travail ?

Quelles sont leurs ressources et leurs stratégies pour l'asseoir ?

#### **2-4 Femmes et travail salarié**

Une enquête précédente menée au printemps 2002 auprès d'hommes entrepreneurs de PME/PMI en Algérie nous a permis de faire certains constats sur la place des femmes sur le marché du travail et de recueillir les représentations sociales et les pratiques des chefs.

D'entreprise à l'égard des femmes. Dans quelle mesure cet accès au travail apporte-t-il des évolutions de la place des femmes dans la société algérienne est un point important de nos réflexions. Précisons que le taux de féminisation dans les PME industrielles ne diffère pas de la tendance nationale pour toute l'activité économique d'environ 10% (A. Reziget M.S. Musette, 1998) soit un taux de travail féminin largement en dessous du taux masculin. Cette différence peut s'expliquer par de multiples raisons : nécessité ou pas d'avoir un emploi pour la femme - quelle proportion de femmes cherche réellement à travailler ?- recrutement parfois difficile en raison des traditions sociales et culturelles dans différentes régions d'Algérie Soulignons que le travail salarié des femmes mariées aboutirait - à voir si c'est le cas dans d'autres secteurs d'activités et dans d'autres lieux et cultures (d'autres régions) à augmenter leurs marges de liberté dans la sphère familiale au niveau des prises

de décision dans le domaine privé de la sphère familiale et conjugale (Rebzani, 1997).

### **2-5 Le recrutement des femmes**

L'accès des femmes au travail salarié a une cause essentiellement d'ordre économique et s'inscrit dans des mutations sociales et culturelles.

Le recrutement des femmes dans les entreprises s'inscrit dans un contexte économique et social de chômage, de difficultés économiques et de difficultés d'accès au logement (à Alger notamment). De nombreux jeunes célibataires continuent à habiter chez leurs parents. Pour les couples, il devient nécessaire d'avoir deux salaires par foyer (coût de la vie).

Ce phénomène d'accès au travail des femmes est cadré par des dispositifs d'emplois aidés par le gouvernement, souvent moins payés que les autres types d'emplois (emplois de jeune, contrats d'apprentis des centres de formations dans les entreprises), qui ont facilité l'accès des jeunes femmes au travail.

Ce recrutement s'inscrit souvent dans un réseau familial et social, comme pour le recrutement au travail des hommes.

Or, la situation des femmes dans les entreprises reste influencée très largement par la sphère religieuse (droit de la famille) et sociale. C'est le plus souvent avec l'accord du père, du mari qui font autorité que la femme travaille.

Dans l'organisation de l'espace de travail, il ya le plus souvent une séparation du lieu de travail des femmes avec le lieu de travail de celui des hommes.

De plus, il est préférable que ce soit une femme qui dirige les salariées femmes – les hommes de la famille se sentent ainsi rassurés (les traditions se réfèrent aux questions d'honneur, aux risques de divertissements...).

Phénomène nouveau, les femmes sont de plus en plus demandeuses d'emploi à cause des phénomènes sociaux et économiques et parfois suite au chômage des hommes proches (père, mari).

Alors, poussées par des nécessités parfois vitales, les familles laissent plus facilement les femmes travailler à l'extérieur.

De plus en plus de jeunes femmes (20-30 ans) demandent du travail, parfois dans des conditions matérielles (logement, transports importants) difficiles.

Les chefs d'entreprise observent de la part de ces jeunes femmes beaucoup de combativité et de désir de se sortir d'une situation économique voire sociale défavorable. Pour certaines femmes algériennes aujourd'hui (jeunes, d'un certain milieu social), travailler c'est être libre, c'est s'éloigner de la dépendance du père et du mari dans le quotidien, par exemple pour des décisions à prendre, pour des achats de leurs choix.

C'est en ce sens un moyen de liberté. Certains entrepreneurs affirment ne pas faire de distinction entre le recrutement des salariées femmes et des salariés hommes.

Or dans certains cas, la nécessité du contact avec le public dans le cadre de l'activité professionnelle incite à recruter des hommes pour des questions liées aux relations avec le «public».

En effet les femmes qui travaillent ne sont pas toujours bien perçues par l'opinion publique.

Les entrepreneurs rencontrés pendant l'enquête soulignent recruter les femmes pour des qualités considérées comme féminines et donc intrinsèques à leur personne, telles que la «docilité», la « malléabilité», le fait qu'elles soient plus «consciencieuses », plus «courageuses ».

Pour certains entrepreneurs, «le travail est mieux fait », «les relations sont meilleures avec les femmes ».

Un entrepreneur par exemple a choisi exclusivement des femmes pour ces raisons spécifiques liées aux qualités qu'il leur attribue et aussi car il a eu de mauvaises expériences professionnelles avec les hommes. D'après son



expérience, les hommes venaient moins motivés au travail. Ils constatent quels rapports entre hommes et femmes au sein de l'entreprise se passent très bien.

Toutes les femmes demandeuses d'emploi n'accèdent bien sûr pas à un emploi.

Les raisons peuvent être dues à l'inadaptation des profils mais aussi au contexte social : des lieux de travail éloignés des lieux d'habitations où elles ne pourront pas disposer de l'entourage des familles et des réseaux sociaux.

Les raisons sont dues aux mentalités variant selon les cultures et selon les lieux géographiques (ville, campagne).

### **2-6 La qualification des femmes**

Dans les PME/PMI enquêtées, la proportion (minoritaire) de femmes salariées se situe soit dans les activités de secrétariat, soit dans le travail d'ouvrière non qualifiée, soit dans des emplois d'ingénieurs.

Une configuration classique apparaît : les postes de secrétariat sont exclusivement tenus par des femmes - elle est d'ailleurs plus souvent une «assistante commerciale ».

Les femmes non qualifiées n'ont pas facilement de perspectives d'évolutions professionnelles dans l'entreprise.

### **2-7 Le rapport à l'école et aux diplômes**

D'une manière générale, la majorité des entrepreneurs rencontrés incitent leurs enfants à réussir leurs études.

L'école et la réussite scolaire sont des valeurs fortes pour de nombreux chefs d'entreprise.

Ils n'ont pas fait de distinction lors des entretiens selon le sexe de l'enfant. Chez certains entrepreneurs (rarement), les filles sont très largement surinvesties dans cette réussite scolaire et sociale.

### **Conclusion**

Processus en croissance, le recrutement des femmes est motivé par des logiques de natures multiple.

La femme est recrutée pour des qualités considérées comme liées à sa condition de femme (docilité, encadrement d'autres femmes), mais aussi pour ses compétences professionnelles - auquel cas elle est en concurrence avec les hommes. Le poids des réseaux familiaux et sociaux reste fort pour ces recrutements.

La condition de femme est aussi un frein à son recrutement (traditions, représentations sociales et mentalités, organisation du travail notamment dans le secteur industriel). Nous rejoignons ici les débats sur l'éducation des filles et sur le marché du travail des femmes dans les sociétés occidentales (M. Maruani, 1998, 1984), dont les analyses sont à comparer à cet autre contexte sociétal spécifique de culture musulmane et algérienne.

**Section 3 : La situation de la femme qui travail en Algérie****3.1 Une synthèse sur la situation du travail des femmes en Algérie :**

Abderrahmane Mebtoul fait ici une synthèse de la situation du travail féminin en Algérie, non sans se poser la question de savoir dans quelle mesure l'émancipation des femmes algériennes s'effectue par leur intégration dans le marché du travail.

L'analyse de l'entrepreneuriat féminin est intimement liée à l'analyse du marché du travail et du salariat d'une manière générale et de la place de la femme au sein de la société. Si le travail est au cœur de la construction de la société, il est particulièrement au centre de la consolidation de l'autonomie de l'individu. Les différentes recherches en sciences sociales affirment souvent que le développement d'une société se mesure au degré d'implication de ses femmes. Etant au carrefour entre la psychologie et la sociologie du travail, les questions de l'émergence des femmes dans l'espace social et politique et celle d'entrepreneuriat féminin devraient être posées dans le cadre de la problématique du développement et de la transformation générale de la société. Comme le montrent Zoudida Haddad et Aïcha Dif dans leurs travaux de recherches, il existe quatre visions de la question de la valeur émancipatrice du travail.

La première : liée à la problématique du développement, considère que l'arrivée dans le monde du travail des premiers contingents de femmes est le point de départ d'un mouvement évolutif et irréversible qui ne peut que changer la conscience qu'ont les femmes d'elles-mêmes - celles qui travaillent comme celles qui ne travaillent pas - et constitue un atout majeur dans la conquête de l'espace social et politique. Selon cette thèse, ce sont les femmes qui travaillent, quelle que soit la nature de l'activité exercée, qui s'intéressent le plus à la vie sociale et politique, qui votent davantage et de manière plus autonome. C'est

parmi elles aussi que l'on trouve le pourcentage le plus élevé de femmes satisfaites, le revenu essentiellement salarial des femmes et la scolarisation massive des filles constituant des facteurs de changement dans les rapports de sexe dans une société qui n'avait connu que le travail des paysannes. La deuxième vision :

Elle s'appuie sur une critique des catégories utilisées par l'Office national des statistiques. Elle conteste la progression du travail féminin et remet en cause la thèse du travail émancipateur à partir d'une analyse théorique globale des rapports entre travail salarié et procès de travail domestique. Selon cette approche, le projet étatique de développement et de mobilisation de la société des années 1970 a, de fait, sinon délibérément, exclu les femmes en les affectant en priorité à un procès de travail domestique issu de la destruction des anciennes formes de production et de la séparation entre l'espace de production et de reproduction. Le modèle d'industrialisation mis en place en Algérie s'est traduit inévitablement par une très faible salarisation des femmes, circonscrite aux grandes villes. L'emploi féminin, considéré ainsi comme étant dérisoire et marginal, a encore un autre effet négatif : il introduit une scission entre la minorité qui travaille et la majorité des femmes au foyer vouées aux rôles traditionnels dont les normes patriarcales se trouveraient renforcées. La troisième vision :

Elle élaborée à partir d'enquêtes au niveau des entreprises publiques, considère que le « travail libérateur » de la femme est un mythe et souligne que l'enfermement à l'usine est le strict équivalent de l'enfermement à la maison. Cette vision conteste que le travail puisse être même un facteur de changement du fait que la fonction proprement socio-économique du salaire féminin est subvertie et réintégrée dans une logique symbolique propre à la société traditionnelle et que la possibilité d'indépendance économique est ainsi neutralisée par la logique de la domination.

Développement du travail féminin dans le secteur informel.

La quatrième vision : Plus récente et me semble-t-il, plus réaliste essaie de réaliser une synthèse entre ces différentes approches intégrant les analyses psychosociologiques et la dualité de la société algérienne formel/informel. L'arrivée des femmes dans le monde du travail, limitée mais non marginale, a produit un mouvement irréversible d'aspiration au travail, à l'activité rémunérée et à ce qu'elle implique, c'est-à-dire une forme ou une autre d'autonomie, même s'il existe des résistances au changement.

Ce mouvement, du fait des nouvelles orientations économiques et du désengagement de l'Etat, a donné naissance à un développement sans précédent du travail informel qui prend des formes très variées, concernant un nombre de femmes beaucoup plus important que celui des travailleuses déclarées.

Toutes sortes d'activités, exercées en auto-emploi, se développent et sont appelées à se développer. Dans cette perspective, le travail salarié a produit des effets sociaux et culturels profonds et irréversibles. Il remet en cause la problématique d'une sorte d'inertie des pratiques et des représentations dans le monde des femmes dans son ensemble, mettant en valeur qu'avec la scolarisation massive des filles, le travail est le paramètre essentiel du changement et que ce changement a des retombées sur celles qui ne travaillent pas.

Cette approche met en relief le savoir social acquis par ces femmes et les multiples manières dont elles l'utilisent en le combinant à des matériaux puisés dans le patrimoine culturel pour construire une image de soi valorisante à la fois comme femmes et comme travailleuses.

Ces femmes, bien sûr, peuvent se trouver en butte à des manifestations de réprobation du fait de résistances socioculturelles mais, selon cette approche, avec l'évolution de la famille algérienne, qui ne vit pas en vase clos et est

influencée par des facteurs d'environnement local et international (télévision, Internet), il faut éviter le stéréotype selon lequel la famille, lieu de la tradition, emprisonne les individus et constitue toujours un frein à l'autonomie et au changement, une famille pouvant pousser ses membres féminins au changement parce qu'elle en tire des profits matériels et symboliques.

l'inverse, comme le montrent Haddad et Dif, une femme qui fait des choix individuels en affrontant sa famille ne s'en détache pas pour autant, ce qui signifie, bien entendu, qu'il ne peut y avoir d'un côté tradition et de l'autre innovation. Ces recherches mettent aussi en valeur la connivence mères-filles pour contrer une décision ou en faire valoir une autre, ainsi que tout un ensemble de stratégies qui relèvent de ce que certains sociologues qualifient de « féminisme informel ».

Selon certaines enquêtes, on peut établir quelques constats. Premier constat : la violence contre les femmes a pris des proportions alarmantes ces dernières années. Le phénomène touche de plus en plus de femmes et ces violences sont commises par le mari, le père, le frère ou même l'enfant. Le réseau Wassila, qui s'intéresse de près à ce sujet, a élaboré une enquête dans laquelle il est clairement mentionné que « 70% des violences sont commises au sein de la famille algérienne ».

Le deuxième constat est que seules 5% des femmes qui travaillent en Algérie occupent des postes de responsabilité et il existe 6.000 femmes d'affaires dans le bilan d'octobre 2008. Encore qu'il faille noter une nette amélioration entre 2008 et 2014 selon le gouvernement algérien. Selon le ministère du Travail, le nombre de femmes travailleuses dans le secteur public en 2012 est de 607.160, soit 31,80%. Le dispositif d'aide à l'insertion professionnelle pour 2012 aurait enregistré 19.867 demandes déposées par des femmes sur 49.076 demandes ; au niveau de l'Agence nationale de l'emploi, 576.416 demande d'emploi aurait été déposées par des femmes sur 2 millions de demandes

(28,3%). Selon l'Office national des statistiques, en 2013, deux millions de femmes occupaient un poste de travail dans le public ou le privé, le taux de chômage moyen officiel étant de 9,8% mais touchant 16,3% pour les femmes, bien que le taux d'emploi ait progressé en 2009-2013 de 17,5%.

#### Discriminations dans l'espace professionnel.

Deux intéressantes enquêtes récentes mettent en relief le caractère problématique du sujet du travail féminin. La première enquête sur l'emploi féminin en Algérie en 2007-2008 a été réalisée par le site Emploitic.com et diffusée en septembre 2010. Elle montre que sur le marché de l'emploi, de plus en plus de femmes diplômées et expérimentées sont à la recherche d'un emploi comprenant des avantages et perspectives d'évolution professionnelle.

Environ 20% des femmes sont en poste, 44% sont en poste et à la recherche d'un emploi avec de meilleures conditions de travail. Mais durant la recherche d'un emploi, de plus en plus de femmes sont confrontées à de multiples difficultés d'ordre social (discrimination) et professionnel (manque d'évolution). Plus de 55% estiment que les perspectives d'évolution au sein de leur entreprise exigent un certain niveau de compétence, 14% estiment qu'il n'y a pas d'évolution et 25% estiment qu'elles ont droit aux mêmes opportunités d'évolution que les hommes.

Les difficultés qui entravent l'évolution des carrières professionnelles des femmes sont en relation avec la discrimination dans l'attribution des promotions : 39% estiment que leur niveau de formation et de perfectionnement entrave leur évolution ; pour 32% d'entre elles, les difficultés sont celles de la conciliation entre la vie de famille, la maternité et le travail.

Il existe aussi plusieurs types de discriminations pour des questions d'apparence physique : 22% des femmes estiment que lors de leur recherche, elles ont été confrontées à ce genre de discrimination. 14% affirment avoir été

confrontées à une discrimination sur la base de l'âge, 40% à une discrimination dans l'attribution des promotions et à un refus d'accès aux postes de responsabilités. 55% estiment qu'il y a une différence dans l'attribution des salaires entre les hommes et les femmes.

Il y a également les critères de taille et de type d'entreprises qui constituent un élément important dans la sélection du poste de leur choix. Plus de 44% des femmes souhaiteraient travailler dans des entreprises multinationales pour les conditions de travail et de salaire avantageux. 28% préfèrent travailler dans les grandes entreprises algériennes, 24% dans des entreprises et administrations publiques, et seulement 2% s'intéressent aux offres d'emploi au niveau des Petites et moyennes entreprises (PME).

Quels sont les métiers qui intéressent les femmes ? De plus en plus de femmes diplômées et expérimentées souhaiteraient occuper des postes de responsabilité, 31% souhaiteraient occuper des postes de gestion et de management. 20% préfèrent des postes de création et de marketing afin de faire connaître leurs idées. 13% souhaiteraient faire carrière dans le domaine des finances et la comptabilité. Environ 7% des femmes s'intéressent aux métiers du BTP, métiers dédiés entièrement aux hommes.

Quelle conclusion en tirer ? Que la promotion de la femme - du travail féminin, dans son ensemble, et de l'entrepreneuriat féminin, en particulier - est le ciment de toute société. Je propose de constitutionnaliser la non-discrimination hommes-femmes et ce, dans toutes les sphères politiques, économiques, sociales et culturelles. Nos filles et nos femmes ont besoin de la plus grande considération. (Abderrahmane Mebtoul, le Maghreb le 29 - 06 – 2014).

### **3.2 L'Activité Féminine en Algérie**

Pendant la période coloniale, les Algériens n'avaient pas le droit à l'instruction dans les écoles à l'exception des centres urbains où résidait la population européenne. Ils ne pouvaient donc choisir une quelconque quantité



d'éducation pour maximiser leurs revenus futurs. En effet, l'administration coloniale de l'époque commença à la fin du dix neuvième siècle "à se méfier de l'instruction et à craindre qu'elle ne rende les relations plus dangereuses avec les autochtones" Turin (1971).

Elle s'opposa à toute tentative sérieuse d'organiser un enseignement aux autochtones pour ne consacrer d'intérêt qu'à la communauté européenne qui résidait en Algérie. En se basant sur les rapports de l'administration coloniale et les bulletins de l'enseignement indigène de l'académie d'Alger (BEIA) de l'époque cités dans l'étude de Merad (1963) et dans la thèse de doctorat de Chaulet (1982), nous avons pu reconstituer les taux de scolarisation du primaire. Ce taux est égal au nombre d'enfants indigènes scolarisés sur la population indigène scolarisable. Il est de 2% en 1889, atteignant 3,8% en 1901 et 15% en 1954.

Notons que le taux de scolarisation de la population européenne d'Algérie était de 84% en 1889. Vers les années 30, rares sont les algériens qui ont un niveau universitaire. A cette période Ferhat Abbas (1931) clama "nous ne sommes que 50 étudiants ! Si la colonisation l'avait voulu, nous serions 5000, dont 600 en sciences pures. Mais allez donc faire entendre cela à nos détracteurs."

Les conséquences de cette politique furent consignés dans un rapport de l'UNESCO en 1948 selon lequel 94% de la population algérienne en âge d'être scolarisée et plus était analphabète. Les autorités coloniales ne commencèrent à accorder de l'instruction aux autochtones qu'à partir des années cinquante surtout en milieu urbain.

A l'origine, au lendemain de l'indépendance en 1962, le taux d'activité féminine a été très bas suite aux problèmes de la colonisation. Ce taux d'activité féminine était beaucoup plus élevé dans les pays européens.

Après l'indépendance en 1963, le taux d'activité était de 30%, le taux d'emploi de 20%. Les femmes actives sur l'ensemble de la population active ne

représentaient que 7%. Le taux d'analphabétisme était en 1962 de 70%, celui des femmes de 80%. De 1963 à 1977, le taux d'analphabétisme a régressé de 80% à 40%. Cette progression du niveau éducatif est due aux investissements consacrés au système éducatif où le taux de scolarisation du primaire a progressé de 60% en 1963 à 90% en 1977, celui du secondaire de 30% à 75%.

La part des femmes actives sur l'ensemble des femmes actives n'a représenté que 16,5% en 1963 et a atteint 32% en 2003, soit le double en 40 années. Donc, on constate qu'en 2003, si toutes les femmes qui ont déclaré chercher du travail et être disponible à travailler, étaient à l'emploi, il n'y aurait que 32% au travail. On ne constate également que les femmes au foyer qui travaillent sur diverses activités traditionnelles (tissage, confection etc.) ne sont pas comptabilisées dans la population occupée.

Il faut ajouter à ces différents chiffres des problèmes de définitions du champ d'activité qui n'a cessé de se modifier.

- Le premier recensement de la population (RGPH) de 1966 ne considère comme actives que les femmes qui travaillent ou qui cherchent à travailler en dehors du foyer. Les femmes occupées ne représentaient en 1966 que 95.000 soit 3,4% du total des occupés.
- Le deuxième recensement de 1977 a élargi son champ d'enquête en adoptant des questions complémentaires pour repérer les femmes déclarées au foyer mais, qui exerçaient des activités économiques en plus des travaux ménagers, tels que la production agricole à petite échelle, le petit élevage et l'artisanat dont les produits sont en totalité ou en partie destinés à la vente ou contre un salaire. Ces femmes exerçant une activité dite marginale ont été intégrées dans la population occupée totale.
- Actuellement, les définitions utilisées par l'ONS pour appréhender le travail, l'emploi et le chômage sans distinction du genre sont celles du Bureau International du Travail (BIT). La population occupée au sens du BIT comprend «l'ensemble des personnes ayant déclaré avoir exercé une

activité économique marchande pendant la semaine de référence (y compris les personnes qui se sont déclarées initialement chômeurs, femmes au foyer ou autres inactifs) et les appelés du service national». (SOHIEL Chennouf, septembre 2007, P7)

### **3.3 L'entrepreneuriat féminin représente 27% du secteur des PME/PMI :**

Désormais, l'entrepreneuriat féminin est un réservoir de croissance. Aujourd'hui, les femmes représentent 46% de la population active alors qu'elles ne représentent que 28% entrepreneurs dans les TPE/PME. Cet écart est important en Algérie, par rapport à d'autres pays industrialisés comme le Canada, l'Italie, le Royaume-Uni ou encore les Etats-Unis qui ont mis en place dans les années 70 une politique offensive pour développer l'entrepreneuriat féminin.

La nouvelle approche de l'entrepreneuriat, notamment féminin, qui s'est imposée depuis 1990, est, rappelle-t-on, marquée par la mondialisation et l'apparition de nouvelles tendances internationales quant aux réalités du travail et des rapports homme-femme, tout en estimant, cependant, que les réponses restent souvent inchangées et donc inadaptées à ces nouvelles réalités méconnues et non prises en compte.

Toutefois, même si cela vient plusieurs années après, le gouvernement est déterminé à rattraper ce retard et à soutenir les femmes dans leur démarche entrepreneuriale, car faire progresser leur nombre, c'est contribuer à la croissance et à la création d'emplois en Algérie.

C'est d'ailleurs, dans ce contexte, que s'organise, depuis hier, un colloque sur l'entrepreneuriat féminin, sous l'égide du ministère délégué chargé de la famille et de la Condition féminine. Une rencontre qui a permis de connaître que l'importance des postes de responsabilité occupés par des femmes est très minime. Intervenant à l'ouverture du colloque international sur "l'entrepreneuriat féminin en Algérie: opportunité, contraintes et perspectives", la ministre déléguée chargée de la famille et de la condition féminine, Mme Nouara Saadia

Djaffer a affirmé que les mécanismes de création d'emploi "ne bénéficient pas suffisamment aux femmes", soulignant la nécessité d'envisager leur adaptation par des mesures appropriées afin que la proportion des femmes bénéficiaires atteigne non seulement le niveau de leur taux de participation à la population active, mais encore leur part dans la population totale.

Parmi les actions à envisager, selon Mme Djaffer, "il y a celles qui consistent à sensibiliser les femmes elles mêmes susceptibles d'être bénéficiaires des mécanismes en place" et aussi "celles qui consistent à sensibiliser les institutions concernées par ces mécanismes et les personnes en charge de leur mise en œuvre effective, pour ancrer l'égalité des chances".

L'enjeu pour la ministre est de saisir toutes ces opportunités et de les orienter de manière à "rendre l'émergence de cet entrepreneuriat féminin plus efficiente". Cependant, elle a estimé qu'il appartient, en premier lieu, aux Algériennes de bousculer ces projections statistiques "en prenant à bras le corps le formidable défi qui est posé à notre société tout entière: celui de basculer dans la nouvelle économie qui est celle de l'entreprise performante et du savoir efficient".

Elle a indiqué, dans ce contexte, que le travail féminin en Algérie est passé de 3% en 1966 à 17% en 2007, notant une forte présence féminine dans certains secteurs d'activités tels que l'enseignement et l'éducation où les femmes représentent plus de 50% des effectifs, la santé où elles représentent plus de 58% des effectifs et la justice où les femmes magistrats constituent 35,33% du taux global des effectifs. Cela étant, le secteur de l'artisanat ne souffre pas de "complexes" concernant ce point.

Les femmes entrepreneuses dans ce secteur représentent plus de 40%. Le secteur judiciaire vient juste après. Quelque 1001 femmes juges, sur un total de 3300 juges, sont réparties à travers les différents tribunaux. Ce qui représente un taux de plus de 30%. Toutefois, l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de la PME/PMI, demeure faible et ne dépasse guère les 27%. Une chose est sûre, cette

rencontre va permettre de mieux cerner les potentialités féminines, pour accroître leurs participation au développement économique et social de notre pays, à travers notamment, une étude de l'élargissement des critères d'accès à l'aide pour les femmes créatrices ou repreneuses d'entreprise, la mise en place de formations à l'entrepreneuriat (ou à la création ou reprise d'entreprise) spécifiques aux femmes, et la mobilisation et le soutien des réseaux d'accompagnement en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin.

Ce colloque permettra également aux participants, de "réfléchir" aux perspectives à travers la confrontation des analyses et réflexions d'universitaires et experts, des expériences de femmes entrepreneuses, mais aussi des expériences menées au Maghreb et en Europe.(Lotfi. C, Le Maghreb 01-04-2008)

**Section 4 : Forum et conférences sur l'entrepreneuriat en Algérie****4.1 PREMIÈRE CONFERENCE SUR L'ENTREPREUNARIAT****FEMININ :**

C'est sous le thème «l'entrepreneuriat féminin en Algérie : réalités et perspectives» que la première conférence sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, conjointement par l'association des Algériennes managers et entrepreneurs (AME) et l'Association des femmes cadres algériennes (Afcare), avec le soutien de la GTZ (Coopération technique allemande).

Plusieurs intervenants ont longuement disserté sur le rôle de la femme chef d'entreprise dans le développement économique du pays et plaidé pour sa meilleure intégration dans le monde des affaires. Mme Marita Riedel, directrice du Programme de développement économique durable Deved de la GTZ, s'est félicitée de l'organisation d'une telle rencontre à laquelle devront succéder d'autres rencontres du genre afin que les femmes puissent se réunir et tisser des liens pour une meilleure visibilité. «Cette conférence, a-t-elle affirmé, pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie est d'abord un espace et un moment d'échange et de réflexion sur les spécificités et les problématiques réelles auxquelles est aujourd'hui confronté l'entrepreneur féminin et permettra de tenter de tracer des perspectives pour des projets futurs».

Et de poursuivre : «L'idée de la conférence s'est développée suite à la participation de ces deux associations à la Conférence mondiale des femmes chefs d'entreprise de Bruxelles en octobre 2008, à l'initiative du Programme de développement économique durable” (Deved) de la GTZ. Notre programme, le programme Deved, a pour objectif l'amélioration de la compétitivité des petites et moyennes entreprises algériennes de moins de 20 salariés.»

Celles-ci représentent plus de 90 % du total de la population «PME» en Algérie. Ce programme promeut le développement des structures d'intervention pour l'appui à la création d'un environnement concurrentiel, favorable à l'épanouissement des PME du secteur privé algérien.

Un appui ciblé est aussi apporté aux parties les moins représentées dans la sphère économique et une attention particulière est accordée au respect de l'égalité des chances et à une grande intégration des femmes dans la dynamique de changement du secteur de la PME. La relayant, Aïcha Kouadria Boudjeltia, présidente d'Afcare, a plaidé pour l'accès aux postes de décision. Elle a indiqué, en se référant aux statistiques de l'ONS, que le «taux d'activité des femmes reste faible». Ainsi, le volume de l'emploi féminin s'élevait à 1 347 000 en 2007».

Khadîdja Belhadj, présidente des AME, s'est, pour sa part, interrogée sur la spécificité liée à l'entrepreneuriat féminin et sur l'éventualité de le revendiquer. Elle s'est également interrogée sur la méthode d'organisation de la concertation et les échanges entre toutes les concernées pour faire aboutir réellement les projets. «Nous pensons que la PME algérienne n'est pas préparée aux grands changements qu'imposent la réalité de la mondialisation et les impératifs de la nouvelle économie fondée sur la communication et les réseaux du savoir», a-t-elle souligné. Pour elle, «il s'agit d'aller vers un nouveau modèle d'entreprise. Une entreprise innovante, agile, flexible et en mesure de s'adapter au changement».(Le soir d'Algérie, 16/02/2009)

#### **4. 2<sup>ème</sup> édition du Forum National des Femmes Cheffes d'Entreprise**

Sous le patronage de Monsieur le Ministre de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement et en collaboration avec les autorités locales de la Wilaya de Annaba, s'est tenue les 13 et 14 juin 2012, à Annaba, la 2<sup>ème</sup> édition du Forum Nationales Femmes Cheffes

d'Entreprise, rencontre organisée chaque année par l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement ANDI.

L'édition de cette année a regroupé près de 200 participants et participantes, entre femmes cheffes d'entreprise venues de l'ensemble du territoire national et représentants d'institutions, associations et organismes nationaux et/ou internationaux, mobilisés grâce aux guichets uniques décentralisés de l'ANDI.

L'objectif principal de ce Forum est d'offrir à la femme entrepreneur en Algérie, une plateforme d'échanges et de réflexion autour de l'entrepreneuriat féminin, ses spécificités, ses exigences et les voies et moyens qui permettent sa promotion et sa pérennité.

A l'instar de l'édition de 2011, la rencontre de 2012, s'est articulée autour de deux volets, à savoir

- Une exposition d'entreprises créées dans le cadre du dispositif ANDI, par des femmes, dans les activités de production de biens et de services.
- Un séminaire animé par des spécialistes et experts, A ce titre, plus d'une vingtaine d'entreprises, dans des secteurs tels que l'industrie de, l'aluminium, l'industrie, pharmaceutique, le BTPH, la transformation des huiles, les cosmétiques et para cosmétiques, la manufacturé, l'industrie lourde telle que la fabrication de tramways, ont exposé leurs produits et services, au cours des journées du Forum.

Les travaux de ce séminaire ont été ouverts par des allocutions respectives de :

- Monsieur le Secrétaire Général de la Wilaya de Annaba qui a remercié l'Agence pour avoir choisi la wilaya d'Annaba pour organiser ce Forum et a déclaré que cet évènement constituait l'espace idoine pour discuter de l'entrepreneuriat féminin et évaluer son évolution en Algérie.



Monsieur le Chef de la Division des Grands Projets auprès du Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, présent lors du Forum en sa qualité de représentant de Monsieur le Ministre. Il a rappelé à ce propos que cette rencontre était organisée avec l'appui de ce dernier et a exprimé sa satisfaction sur l'exposition présentée lors de ce Forum et sur la qualité des exposants.

Il a également salué le dynamisme de l'Agence, particulièrement en matière de promotion de l'investissement, précisant que l'organisation de ce Forum s'inscrivait dans ce cadre et avait pour objectif d'informer la Femme entrepreneur algérienne, des dispositifs mis en place pour l'inciter à investir. Il a réitéré la disponibilité des services du Ministère pour soutenir et encourager l'investissement féminin.

Monsieur le Directeur Général de l'ANDI a remercié les autorités locales de la wilaya d'Annaba pour leur rôle dans l'organisation de ce Forum ainsi que l'ensemble des participants pour avoir accepté d'y prendre part. Il a déclaré que l'Algérie s'apprêtait à célébrer le 50<sup>ème</sup> anniversaire de son Indépendance et que cette célébration était une occasion pour faire le bilan des acquis et des avancées importantes dans tous les domaines et qu'à ce titre, la question de la femme méritait d'être abordée, à l'heure où les défis sont tels que le développement économique, social et politique du pays ne peut se faire sans sa participation effective.

Monsieur le Directeur Général a ajouté que l'ANDI, consciente de cette importance, réservait à la femme toute la considération qui lui était due et lui consacre, chaque année, un Forum qui lui est dédié et dans lequel elle trouve un espace pour faire connaître ses réalisations en matière d'investissement et faire part de ses aspirations. Il a rappelé qu'en matière d'investissement, la législation algérienne ne faisait pas de discrimination entre femmes et hommes notamment pour ce qui a trait aux mesures de soutien et d'encouragement de l'investissement. Il a présenté à ce sujet, les chiffres de l'ANDI qui font ressortir

des investissements initiés par des femmes, en précisant que pour la période 2005 - 2011, 2 517 projets ont été déclarés , représentant un montant de 97 775 millions de dinars et générant 21 763 emplois.

Ces chiffres, sont appelés à augmenter, à la faveur des mesures d'encouragement et des outils d'accompagnement mis en place depuis 2011 par l'État, en direction de l'investissement. Ces mesures portent essentiellement sur :

- la mise en œuvre effective du régime incitatif relatif aux zones à développer,
- la généralisation des guichets uniques à travers le territoire national et le renforcement des attributions des représentants d'administrations les composant,
- les allègements en matière de financement tels que les bonifications des taux d'intérêts des crédits,
- la simplification des procédures d'accès au foncier.

Monsieur le Directeur Général a affirmé que ces mesures allaient permettre aux femmes de toutes les régions du pays, de créer leurs propres entreprises et de concrétiser leurs projets, et à celles déjà en activité, d'agrandir leurs investissements, et par conséquent, de créer plus de richesses et plus d'emplois.

A l'issue de ces allocutions, les différents thèmes suivants ont été abordés à travers des communications:

« Entreprendre à l'université : un péril ... mais aussi des victoires ... », une intervention constituant un témoignage présenté par la Directrice du laboratoire SLANCOM-U à Alger, une entreprise individuelle spécialisée dans l'orthophonie.

Directrice de la revue « Sciences de l'Homme » et Présidente de la SAOR et de la AN, celle-ci a retracé son parcours et les motivations qui l'ont conduite à créer son entreprise dans le domaine médical. « Femmes et Entrepreneuriat », intervention faite par un Professeur à l'Université d'Annaba, dans laquelle, il a présenté un point de situation sur le statut de la femme dans la société algérienne, et particulièrement celui de la femme entrepreneur, son âge,

son profil, ses motivations, les secteurs et activités qu'elle investit ainsi que les difficultés qu'elle rencontre dans son parcours. « les mesures de soutien à l'investissement », une intervention faite par la représentante de l'ANDI, qui a présenté les évolutions enregistrées dans le dispositif d'encouragement à l'investissement, notamment, la mise en œuvre effective du régime incitatif relatif aux zones à développer, la généralisation des guichets uniques à travers le territoire national avec le renforcement des attributions des représentants d'administrations les composant, ainsi que les mesures d'allègement et de facilitation décidées en matière de financement et d'accès au foncier économique.

« L'entrepreneuriat et la réussite au féminin », une intervention de la, Directrice de recherche auprès du CRASC Oran. Celle-ci a exposé dans sa communication un résumé de l'étude conduite par le CRASC autour de la problématique de savoir « comment dans un contexte où les femmes sont faiblement présentes dans le monde du travail et ont peu d'autonomie dans une société dite patriarcale, Il a été possible à certaines de concevoir, monter, gérer et développer une entreprise ».

Elle a présenté les résultats obtenus à partir des questions posées de savoir quelles étaient les conditions qui ont permis l'acte d'entreprendre, les atouts dont disposaient ces femmes ainsi que les difficultés auxquelles elles ont dû faire face.

« Présentation du Programme PME II et de son état d'avancement », intervention faite par le chef du Projet Programme PME II, en Algérie. Sa communication a porté sur les objectifs du Programme, ses 3 composantes, l'approche d'intervention, les PME cibles, les structures d'appui, les institutions et organismes bénéficiaires, les services du programme, sa mise en place, les états d'avancement au 31 mai 2012 et les résultats attendus

« Entrepreneurship Féminin », intervention présentée par le Directeur Général de l'Institut International de Management. Celui-ci a présenté un état

des lieux comparatif entre l'homme entrepreneur et la Femme entrepreneur, d'abord, au plan mondial, puis dans les pays en développement, pour aboutir à l'environnement algérien. Il a également formulé quelques recommandations pour l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin, notamment, l'appui de qualité aux associations professionnelles féminines, la mise en place d'incubateurs et de pépinières féminines et l'instauration d'une concertation permanente et institutionnalisée avec les représentants des femmes entrepreneurs.

« Femmes cheffes d'entreprise et développement économique », par la représentante de l'ONUDI et responsable de l'ITPO (Bureaux de Promotion des Investissements et de la Technologie) France - Marseille/Paris. Celle-ci a présenté en premier les activités de l'ONUDI, ses priorités et ses niveaux d'intervention, puis a abordé les actions de soutien mises en œuvre et/ou prévues par l'organisation, en direction de l'entrepreneuriat féminin, à travers le Monde, et en Algérie, en particulier.

« Communauté algérienne d'affaires installée en France », Intervention d'un membre du cercle des entrepreneurs et investisseurs algériens en France - CEINAF et chargée de communication auprès du groupe français VEOLIA, activant dans la protection de l'environnement. Celle-ci a présenté le CEINAF à travers ses objectifs et ses activités, mais également à travers les aspirations de ses membres et leur volonté d'œuvrer en direction du pays.

« L'esprit et la dynamique de l'entrepreneuriat », intervention faite par la responsable du département psychologique auprès de l'Université d'Annaba. Celle-ci, a abordé dans sa communication, la logique entrepreneuriale, à travers la définition de l'entrepreneur, ses objectifs, la mise en œuvre d'un projet entrepreneurial et la place de la Femme dans l'entrepreneuriat, ses qualités, ses atouts, ses performances et ses aspirations.

Après des débats touchant divers aspects relatifs à l'entrepreneuriat féminin, les travaux de la rencontre ont été couronnés par une cérémonie de remise, par le Directeur Général de l'ANDI, du trophée, « ANDI », pour le

meilleur exposant du Forum. Pour l'édition 2012, ce trophée a été décerné suite à une sélection effectuée par un jury composé du président de la chambre de Commerce et d'Industrie algéro- française et d'un Chef d'Entreprise spécialisé dans le consulting et l'accompagnement aux PME.

Le choix du lauréat a été fait sur la base de trois critères, à savoir la qualité de la présentation dans le stand d'exposition, la qualité de l'accueil des cadres exposants et la qualité du produit exposé. A l'issue de cette cérémonie, les travaux du Forum ont été clôturés.

#### **4.3 3ème édition du Forum annuel de la Femme Cheffe d'Entreprise organisé par l'ANDI**



L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement, dans le cadre de ses missions de promotion, de soutien et d'encouragement à l'investissement, notamment celui porté par la Femme cheffe d'entreprise, a organisé le 13 juin 2013 à Annaba, sous le haut patronage de Monsieur le Ministre de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, la 3<sup>ème</sup> édition du Forum National de la Femme Cheffe d'Entreprise, placé sous le thème « **La contribution de la Femme entrepreneur algérienne dans la relance des activités productives**».

L'ANDI, suite au franc succès de la première édition tenue en 2011 sous le thème « la Femme Cheffe d'Entreprise au Centre du Développement Économique » en a fait un événement récurrent, dont la deuxième édition s'est tenue au cours de l'année 2012, sous le thème « la Femme Cheffe d'Entreprise et le Partenariat ».

Ce rendez-vous annuel consacre la volonté de l'Agence d'offrir à la femme cheffe d'entreprise, un espace d'échanges et de réflexion autour de l'entrepreneuriat féminin, de ses spécificités et exigences et des voies et moyens permettant l'évolution croissante de sa contribution au développement du pays,

ainsi qu'un cadre de valorisation de la réussite des femmes entrepreneurs Algériennes.

L'édition de cette année a regroupé près de 250 participants et participantes, entre femmes cheffes d'entreprises venues de l'ensemble du territoire national et issues de la communauté nationale établie à l'étranger et des représentants d'institutions, associations et organismes nationaux et internationaux.

L'organisation de ce Forum s'est articulée sur deux volets:



1. Une exposition d'entreprises créées par des femmes dans le cadre du dispositif ANDI et d'aide à la création d'emplois, dans des activités de production de biens et de services. A ce titre, près d'une trentaine d'entreprises, dans des secteurs et filières tels que le médicament, les services, les cosmétiques, l'industrie plastique, le BTPH, le textile, la câblerie et l'agroalimentaire, ont exposé leurs produits et services, en marge du Forum.

2. Un séminaire animé par des spécialistes et des experts, dont les travaux se sont déroulés en plénière à travers diverses communications se rapportant à l'entrepreneuriat féminin ainsi que des tables rondes autour de thèmes pertinents, à savoir : l'apport de l'entrepreneuriat féminin issu de la communauté nationale installée à l'étranger, la contribution de la femme cheffe d'entreprise à la relance des activités productives et quelques succès stories de femmes cheffes d'entreprises algériennes .





3- L'Association des femmes cheffes d'entreprises SEV, à l'occasion de son 20<sup>ème</sup> anniversaire, a décerné des trophées notamment le trophée d'honneur de cette année au Directeur Général de l'ANDI et ce, au titre de la contribution et le soutien apporté par l'Agence à la Femme Entrepreneur ainsi que celui de la Femme Cheffe d'Entreprise de l'année 2013 qui est revenu à une jeune cheffe d'entreprise activant dans la production pharmaceutique.

#### **Conclusion du chapitre :**

On conclut que l'entrepreneuriat féminin se développe dans la Plupart pays du monde, aussi la femme entrepreneur contribue au développement économique et social, malgré les obstacles qui rencontre que ce soit financiers, social, ou culturel.

**1 Présentation des entreprises créées par les femmes entrepreneurs**

- 1) Entreprise d'apiculture
  - l'année de création : 2013
  - le statut juridique : individuel
  - nombre de salarié : 1
  - secteur d'activité : (fabrication de miel)
- 2) Architecture :
  - l'année de création : 2012
  - Nombre de salarié : 4
  - Secteur d'activité : travaux bâtiment
  - Le statut juridique : EURL
- 3) Architecture :
  - l'année de création : 2012
  - statut de salarié : 7
  - Secteur d'activité : architecture
- 4) Architecture
  - l'année de création : 2014
  - statut juridique : individuel
  - nombre de salarié : 10
- 5) Resteront :
  - l'année de création : 2000
  - statut juridique : individuel
  - nombre de salarié : 15
  - secteur d'activité : restauration
- 6) Une école privée aide scolaire et de langue :
  - l'année de création : 2011
  - nombre de salarié : 6
  - statut juridique : individuel



## 7) BTPH :

- l'année de création : 2013
- statut juridique : EURL
- nombre de salarié : 11
- le secteur d'activité : travaux bâtiment

## 8) Les gâteaux traditionnels

- l'année de création : 2013
- le statut juridique : EURL
- nombre de salarié : 10
- le secteur d'activité : gâteaux traditionnels

## 9) La crèche :

- l'année de création : 1999
- Statut juridique : individuel
- nombre de salarié : 6

**2. Les données socio professionnelles des femmes entrepreneurs interviewées :**

Dans cette partie on 'va présentes des tableaux et leurs analyses qui décrivent les donnés socio professionnels des femmes entrepreneurs interrogées à Tizi Ouzou, savoir leurs Age, la situation familiale, le secteur d'activité, la formation de base.

**Tableau 1 : La répartition des enquêtées selon l'âge**

<b>Age</b>	<b>Fréquence</b>	<b>%</b>
<b>30 à 35 ans</b>	5	55,55%
<b>36 à 40 ans</b>	2	22,22%
<b>41 et plus</b>	2	22,22%
<b>Total</b>	9	100%

D'après ce tableau nous pouvons voir clairement que les femmes qui s'investissent dans l'entrepreneuriat, ont un âge qui se situe entre 30ans et 35 ans et elle représente 55.55% des femmes interrogées. Cela peut s'expliquer par rapport au fait qu'elles soient fraîchement diplômées et qu'elles ont cette volonté de concrétiser un projet déjà élaboré. Aussi, la femme d'aujourd'hui n'a pas beaucoup de contraintes familiales.

Aussi, nous pouvons expliquer ceci par les nombreux dispositifs mis en place par l'Etat et améliorés depuis 2011 et visent à faciliter la création de micros entreprises par les jeunes.

Concernant la deuxième et troisième tranche d'âge qui est de 36 à 40 ans et 41 ans et plus, qui représente chacune respectivement le pourcentage de 22,22%, ces femmes interrogés disent qu'elles n'ont pas beaucoup d'impératifs familiaux, ceci est dû au fait que leurs enfants sont assez grand, et qu'elles trouvent du temps à consacrer à leur travail. Donc elles arrivent à mieux concilier leurs vies conjugales et familiales avec leurs vies professionnelles.

**Tableau N° 2 : La situation familiale des femmes entrepreneures**

<b>Situation familiale</b>	<b>Fréquence</b>	<b>%</b>
<b>Mariée</b>	6	66,66
<b>Célibataire</b>	3	33,33
<b>Veuve</b>	0	00%
<b>Total</b>	9	100%

Dans ce tableau les femmes mariées qui représente la majorité, affirment que le fait qu'elles soient mariées les motivent d'avantage à mieux réussir, puisqu'elles ont une raison plus que valable pour mieux parvenir à leurs buts, aussi qu'elles sont épaulées par leur maris tant moralement que financièrement, chose qui ne fait que renforcer leur volonté.

Concernant les femmes célibataires qui sont au nombre de 3, elles font partie de cette nouvelle génération de femmes qui croient à leurs idéaux et au fait qu'elles ont leur place dans le milieu entrepreneurial.

**Tableau N°3 : Le domaine d'activité**

<b>Le domaine d'activité</b>	<b>Fréquence</b>	<b>%</b>
<b>Architecture</b>	3	33,33%
<b>Restauration</b>	1	11,11%
<b>Gestion d'une école privée</b>	2	22,22%
<b>BTPH</b>	1	11,11%
<b>Apiculture</b>	1	11,11%
<b>Gâteau traditionnel</b>	1	11,11%
<b>Total</b>	9	100%

Les domaines d'activité des femmes interviewées sont nombreux et différents les uns des autres.

L'architecture occupe une place prépondérante dans les métiers des femmes interrogées qui sont au nombre de 3, mais le constat le plus important, c'est que la majorité des femmes ont un niveau d'études universitaire, ceci explique aussi que ces femmes trouvent une certaine aisance à investir et à aller loin dans leurs projets, mais on constate aussi que certaines ont investi des domaines différents de leur formation de base, notamment celle qui a fait Management et a choisi l'apiculture par passion.

**Tableau N°4 : Formation de base**

<b>La formation de base</b>	<b>Fréquence</b>	<b>%</b>
<b>Ingénieure en architecture</b>	3	33,33%
<b>La formation professionnelle en architecture</b>	1	11,11%
<b>Licence en langue et littératures française</b>	1	11,11%
<b>Management</b>	2	22,22%
<b>Diplôme en pâtisserie et gâteaux traditionnels</b>	1	11,11%
<b>Hôtellerie et tourisme</b>	1	11,11%
<b>Total</b>	9	100%

Ce tableau indique que 78% des femmes interrogées ont un niveau d'études supérieur avec une fréquence de 7, le choix d'activité va de même avec leurs formations. Chose qui a influencé les enquêtes à choisir les domaines respectifs et mieux les maîtriser, sauf pour celle qui a fait management et a choisie l'apiculture, et sa réussite est due à sa passion du domaine pratiqué dès son jeune âge.

Aussi nous avons une femme entrepreneur avec un niveau d'étude primaire, et qui tout de même réussie dans son domaine qui est la fabrication de gâteaux traditionnel, métier qu'elle a choisi par passion aussi.

### 3. Les moyens et les sources de financement :

Dans cet élément on va présenter des différentes sources de financement et aussi les moyens qui aident les femmes entrepreneurs à créées leurs propres entreprises.

**Tableau N°5 : La source de financement**

<b>La source de financement</b>	<b>Fréquence</b>	<b>%</b>
<b>La Banque</b>	2	22,22%
<b>La famille</b>	1	11,11%
<b>Les moyens personnels</b>	2	22,22%
<b>ANSEJ, CNAC</b>	4	44,44%
<b>Total</b>	9	100%

Pour un entrepreneur, le financement est le nerf de la guerre, alors qu'il existe plusieurs sources de financement pour les petites entreprises, on sait que ses sources sont limitées pour le démarrage à cause du risque supérieur et du caractère conservateur du milieu financier par rapport à ce risque, c'est pourquoi le gouvernement a développé différentes mesures pour aider les jeunes à entreprendre, et ce tableau résume clairement les sources de financement, et montre que les dispositifs ANSEJ et CNAC occupent la première place des sources de financement des micro-entreprises avec une fréquence de 04 chez les femmes enquêtées, ceci s'explique notamment par un accès rapide et sans beaucoup de contraintes à des fonds plus au moins importants et avec une durée de remboursement très acceptable, chose qui a incité ses femmes à choisir ce dispositif plutôt qu'un autre.

Les moyens personnels avec une fréquence de 03, occupent quant à eux la seconde place chez ces femmes, qu'elles expliquent par le fait qu'à leurs débuts,

elles ont choisi de démarrer avec leurs propres moyens et s'agrandir après, plutôt que d'aller s'endetter auprès des institutions financières entre autres les banques, par peur d'un avenir incertain et un climat économique plutôt rude.

Enfin la famille et la banque avec une fréquence de 01 chacune, montre que la famille est souvent le mari ou les parents d'après les femmes interviewées. Et le choix de la banque pour la femme hôtelière est dû au faible coût du projet.

#### **4. Les contraintes rencontrées par les femmes entrepreneures lors de démarrage d'activité**

**Tableau N°6 : Les contraintes rencontrées par les femmes entrepreneures lors de démarrage d'activité**

<b>Les contraintes rencontrées</b>	<b>Fréquences</b>	<b>%</b>
<b>Les contraintes financières</b>	5	55,55%
<b>Les contraintes professionnelles</b>	1	11,11%
<b>Trouver la clientèle</b>	2	22,22%
<b>Le manque d'expérience</b>	1	11,11%
<b>Total</b>	9	100%

Pour toute création d'entreprises l'obstacle pré dominant est l'argent, ainsi dans ce tableau le chiffre parle de lui-même, avec une fréquence de 05, chez ces femmes entrepreneures, et avec un pourcentage de 55,55%, le financement à toujours été un problème récurrent pour le démarrage d'activité, ce qui a induit ces femmes à recourir aux différents types de financement que nous avons avancés précédemment

La deuxième contrainte est celle de trouver de la clientèle, pour les deux entrepreneures en hôtellerie et la responsable d'école, sachant que ces métiers

qui demande une certaine notoriété et un certain écho qui s'acquièrent au bout d'un certain temps, pour mieux appâter les clients.

Nous avons aussi les contraintes professionnelles qui sont propre à toutes les activités économiques.

Enfin le manque d'expérience, qui est un réel problème et qui crée du retard à l'entrepreneur afin de se placer dans une économie farouche et souvent déloyal.

### **5 .L'apport des femmes au développement da femmes et le développement socio économique :**

**Tableau N°7 : L'apport des femmes entrepreneur à l'émancipation de la femme en général**

<b>L'apport des femmes entrepreneur à l'émancipation de la femme en général</b>	<b>Fréquence</b>	<b>%</b>
<b>Baisser le chômage des femmes</b>	3	37,5%
<b>Faire tomber certains tabous</b>	3	37,5%
<b>Motiver les autres femmes pour mieux réussir dans leurs carrières</b>	2	25%
<b>Total</b>	8	100%

La femme à toujours été un pilier principal dans le développement de la société, aussi ce développement à multiples branches, que ce soit économique ou social, ne peut se faire sans la femme, et de ce fait au développement de l'individu et de la femme en particulier.

D'après les réponses des femmes interviewées sur cette question et par rapport à leur contribution à l'émancipation de la femme en général, 03 d'entre elles disent que leur volonté est de faire baisser le chômage chez la femme et ainsi être plus autonome financièrement et ne plus dépendre de l'homme et de son emprise.

Pour celles qui veulent faire tomber certains tabous qui sont au nombre de 03, elles expliquent que dans notre société et dans toutes les sociétés à forte tradition une femme qui travail est mal perçue par cette dernière, de peur de détronner l'homme dans sa fonction de base qui est celle d'entretenir sa famille.

Aussi ces femmes ne voient pas la chose du même œil et tentent de changer ses mentalités archaïques et démontrer à la société qu'elles peuvent être l'égal de l'homme sans pour autant briser le noyau familial.

Enfin les femmes interrogées qui disent motiver les autres femmes à mieux réussir dans leur carrières, avec une fréquence de 02, celles là veulent être un exemple pour les autres et enlever cette peur et cette hésitation d'investir et qu'elles peuvent concrétiser leurs projets à condition de le vouloir.

### **Conclusion :**

Ce chapitre et cette analyse des tableaux, nous a permis d'approfondir nos recherches sur les femmes entrepreneurs en Algérie, et plus précisément à Tizi-Ouzou qui est notre terrain d'étude.

Quoique cet échantillon n'est pas révélateur de toute la réalité du sujet mais quand même d'une partie non négligeable.

On a pu cerner les motivations de ces femmes, qui sont de réussir, d'aller au bout d'une idée qu'elles ont échafaudé étape par étape, sans oublier les difficultés qui ont croisées leur chemin, tel que les difficultés financières, et des obstacles émanant d'une société misogyne et enfin arriver à leurs aspirations communes qui est d'entreprendre.



Enfin, cette expérience auprès de ces femmes m'a permis à mon tour d'acquérir une expérience et une volonté de suivre leur chemin et concrétiser un objectif déjà élaboré.

## Conclusion Générale

---

Ce présent travail est centré principalement sur les femmes entrepreneurs en Algérie, et plus précisément à Tizi-Ouzou qui est notre terrain d'étude avec des femmes entrepreneures.

Cette recherche m'a permis, d'approfondir mes recherches sur l'entrepreneuriat féminin.

Quoique cet échantillon n'est pas révélateur de toute la réalité du sujet mais quand même d'une partie non négligeable.

On a pu cerner les motivations de ces femmes, qui sont de réussir, d'aller au bout d'une idée qu'elles ont échaudé étape par étape, sans oublier les difficultés qui ont croisées leur chemin, tel que les difficultés financières, et des obstacles émanant d'une société misogyne et enfin arriver à leurs aspirations communes qui est d'entreprendre.

La réalité de ces femmes entrepreneures Algériennes, fait dévoiler l'absence de la vision entrepreneuriale avec leurs travaux et leurs volontés.

Enfin cette expérience de terrain auprès de ces femmes m'a permis d'acquérir l'expérience et de confirmer mes hypothèses.

## **Guide d'entretien**

### **Données personnelles des femmes entrepreneurs :**

1. Quel est votre âge ?
2. Quelle est votre situation familiale ?
3. Quel est votre domaine d'activité ?
4. Quel est votre formation de base ?
5. Pourquoi vous avez choisi cette activité ?

### **Les moyens et les sources de financement de leurs projets :**

1. Quels sont les moyens mis en œuvre pour la réalisation de votre projet ?
2. Quel est votre source de financement ?

### **Les obstacles rencontrent par les femmes entrepreneurs :**

1. Quelles sont les obstacles rencontrés par rapport à votre sexe ?
2. Quelles étaient vos contraintes lors du démarrage de votre activité ?
3. Comment vous concilier votre vie professionnelle avec votre vie familiale ?

### **L'apport des femmes entrepreneurs au développement socio- économique :**

1. Quel est votre apport en tant que femme entrepreneur à l'émancipation de la femme en général ?
2. Comment vous voyez la situation de la femme entrepreneur en Algérie et quel est votre contribution à son développement socio-économique ?

## **Les références bibliographiques :**

### **Les ouvrages :**

1. ALAIN Fayolle, entrepreneuriat, (Apprendre à entreprendre), édition Dunod, paris, mais 2004
2. ALIANE Fayolle, du champ de l'entrepreneuriat à l'étude de processus de l'entrepreneuriat, édition série de recherche, 2000.
3. ALAIN Fayolle, introduction a l'entrepreneuriat, édition Dunod, paris ,2005.
4. ALAIN Fayolle, et autres, dynamique entrepreneuriale 1<sup>ère</sup> édition, paris, mai 2012.
5. PIERRE-André Julien et autre, l'entrepreneuriat, édition ECONOMICA, 1996.
6. PREFANCE de Bertrand Saporta, l'entrepreneuriat (connaitre l'entrepreneur, comprendre ses actes), édition l'harmattan, paris, 1999.

### **Dictionnaires :**

1. ALAIN Bruno, dictionnaire d'économie et des sciences sociales, édition Marketing, S-A, 2005.
2. GRAWITZ Madeline, lexique des sciences sociales, 8<sup>ème</sup> édition, Dalloz, paris, 2004.

### **Mémoires :**

1. CHABOUR Nadia, l'entrepreneuriat féminin en Algérie, encadré par DR. BOUKRIF Moussa ; mémoire de fin de cycle, master en science de gestion option, université de Bejaia septembre 2013.
2. DIF Aicha, l'entrepreneuriat féminin, encadré par MR BOUYAKOB Ahmed, mémoire de magister, université d'Oran, novembre 2010.

## web-graphie

1. ANITA Fetz, promotion des femmes entrepreneures, rapport potentiel réponse au postulat, 2003. Consulter le 15/05/2015 à 11h30
2. Anne Gillet.«Les femmes créatrices des petites et moyennes entreprises en Algérie: motivations, parcours socioprofessionnels et stratégies d'existence».2003 [Enligne] [http://www.ulb.ac.be/soco/colloquerabat/papiers/articles-définition/RS\\_4\\_Gillet.PDF](http://www.ulb.ac.be/soco/colloquerabat/papiers/articles-définition/RS_4_Gillet.PDF). consulter le 05/05/2015 à 18h 30
3. . Boutillier (S.) et Uzunidis (D.) La légende de l'entrepreneur – Le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise Syros 1999.le Consulter 18/04/2015 à 15h40
4. CLAIRE Bernard et autre, l'entrepreneuriat féminin, N°2013-06, avril 2013.WWW. Stratégie, Gouv-FR, rubrique publication
5. D.R BEN BRAIKA Abedlouhab, L'entrepreneuriat des femmes 28-29/04/2014, l'importance, les opportunités et les obstacles, En ligne Jsie.biskra@gmail.com. Consulter le 05/05/2015 à 13h20.
6. DIANE Cherlain strecher, femmes entrepreneurs, EBBF ,75116 Pris, 1996.
7. . Farida Marzouk.«PME et compétitivité en Algérie».Université de Bouira Alger2006. [Enligne] <http://fseg.univtlemcen.dz/larevue09/FARIDA%2520MERZOUK.pdf>. Consulté le 30-04-2005.à10h15.
8. LOUTFI .C, le Maghreb, l'entrepreneuriat représente 27% de PME/PMI, publie le 01/04/2008. Consulter le 03/04/2015 à 17h20.
9. MARIE Hélero, Portrait statistique des femmes entrepreneures, école de la haute étude commerciale, Montréal, Québec, 2000. Internet : <http://www.mic.gouv.qc.ca>. Consulter le 24/ 04/ 2015 à 19h00

10. MABTOUL Abedlouhab, Le Maghreb, quelle est la place de la femme dans le monde du travail, le financier, le 06/11/2010.

11. BULLETIN TRIMESTRIELE N° 19- mail: [information@andi.dz](mailto:information@andi.dz) - site web : [www.andi.dz](http://www.andi.dz). Consulter le 07/07/2015 à 16h10.