



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTÉ DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DÉPARTEMENTS DES SCIENCES SOCIALES

Mémoire de fin de cycle

En vue d'obtention d'un diplôme de master en sociologie

Option : sociologie des organisations et de travail

Thème :

L'impact des liens sociaux sur le processus de la création

des entreprises féminines

Cas des femmes dans le domaine artisanal à Bejaïa

Réalisé par :

Mlle. GUERROUAHANE Zahra

Mr. HAMACHE Moumen

Encadré par :

Dr. HIDER Fouzia

Année universitaire : 2020/2021

REMERCIEMENTS

Remerciement et gratitude au seigneur le tout puissant de nous avoir attribué le courage, la force et la santé de faire ce modeste travail.

Nos vives gratitudees à Mm. HIDER Fouzia de nous avoir encadré durant cette période pour la réalisation de ce travail, de son aide, sa disponibilité ainsi de nous avoir orienté dans nos recherche afin de mieux le perfectionner.

On remercie également Mr. HADERBACHE Bachir pour son aide, son apport et sa participation toute au long notre parcours universitaire.

A Mr. ZAIDI Faouzi qui nous à aidés également à travers sa participation dans l'organisation de ce travail de recherche.

On tient à remercier l'ensemble des femmes qui ont contribuées à travers leurs disponibilités, d'accepter de faire des entretiens avec elles, de répondre à toutes nos questions sans aucune hésitation et l'intérêt qu'elles ont portées à notre travail.

Dédicaces

J'ai l'honneur et l'immense plaisir de dédier ce modeste travail

A vous mon papa et ma maman pour leurs sacrifices, leurs amours, leurs tendresses, Leurs soutiens et leurs prières tout au long de mes études.

A mes très chères sœurs, SABRINA, HAFSA, SILIA, MOUNA, et mon cher petit Frère LOUNIS Pour leurs appuis et leurs encouragements. Je leurs souhaite que du bonheur et de La réussite durant toute leur vie.

A tous mes amis et collègue, SAADI, SAFIA, FARJIDUS, BAKHLICH, SABRINA, FATMA, DIHIA, SILIA, TIZIRI.

A ma chère grand-mère que dieu la garder pour nous, mon oncle SEGHIR et NACER,

Mes chères tantes HASSINA, SONIA, ASSIA, RIMA. Et mon cousin BOB.

A mes chères nièces ANAYIS, RANIA, LAYA, DANIA, et mon neveu MOUHAND.

Je cite particulièrement mon cher binôme MOUMEN HAMACHE

A tous ceux qui ont contribué de près ou de loin a la réalisation de ce travail.

ZAHRA.

Dédicaces

J'ai l'honneur et le plaisir de dédier ce modeste travail à toute ma famille HAMACHE, mes parents, mes frères SAMIR LAMINE et sa femme NADIA ainsi ces petits garçons AYOUB et HAITHEM.

Ma sœur SIHAM et son mari ABDELLAH sans oublier ces filles IMANE, ALICE et ANIA.

Aussi pour les familles DJOUDAN et KHIMOUSI

Je le dédie aussi mes à tous mes collègues avec qui j'ai passé tout mon parcours universitaire et surtout :

*SALAH, SAADI, BILAL, HAMZA, FARID, HOUCIN,
SIDALI, RAZIK, MAMI, YUCEF, TAHAR, OMAR,
CELIA, SOUAD, SARAH, KE NZA, SAFIA, HOUNNA,
ROSA, SIHEM, NAWEL.*

Et bien sure je le dédie particulièrement à ma cher binôme Mlle.

GUERROUAHANE Zahra.

A tous ce qui ont contribué de près ou de loin durant la réalisation de ce travail.

Moumen

Sommaire

1ère partie : la partie théorique :

Introduction 10

Chapitre 01 : Cadre méthodologique

Préambule

1. Les raisons de choix du thème	15
2. Les objectifs de la recherche	15
3. La problématique	15
4. Les hypothèses	19
5. Définitions des concepts	20
6. La pré-enquête	24
7. La méthode et la technique de recherche	25
8. Les difficultés rencontrées	25

Chapitre 02 : Approche conceptuel sur l'entrepreneuriat féminin.

Préambule

1- Entrepreneuriat : historique et évolution.

1.1 L'entrepreneuriat selon :	27
1.1. a : les économistes	27
1.1. b : les sociologues	28
1.1. c : les psychologues	29
1.2 Processus entrepreneurial	29
1.3 Paradigmes de l'entrepreneuriat	30

2- Femmes entrepreneures :	
2.1 Aperçu historique des femmes entrepreneures	32
2.2 Les courants de pensée des femmes entrepreneures	32
2.3 Caractéristiques et types des femmes entrepreneures	35
2.4 Les types des entrepreneures	36
Conclusion du chapitre	

Chapitre 03 : L'impact des liens sociaux sur la création des PME en Algérie.

Préambule

1- les liens sociaux :

1.1 Emérgence et évolution des liens sociaux	39
1.2 Les liens sociaux et leurs formes	40
1.3 Le rôle des liens sociaux dans la création des entreprises	44
1.4 Le réseau personnel et son évolution dans l'entrepreneuriat	45

2-La création des entreprises :

2.1 Les types de création	46
2.2 Les types d'entreprises créées par les femmes	47
2.3 Un processus de création	48
2.4 Les dispositifs d'aide à la création	50
2.5 Les facteurs motivants à la création	53

3-L'entrepreneuriat féminin et la création des PME en Algérie

3-1Aperçu historique des PME en Algérie	57
3-2Quelques statistiques de l'entrepreneuriat en Algérie	58
3-3Les facteurs de réussite des entreprises féminines	61
3-4Les obstacles rencontrés dans la création de l'entreprise	64

Conclusion du chapitre.

2ème partie : la partie pratique.

Chapitre 04 : analyse et interprétation des données de la pré-enquête.

Préambule

1-La pré-enquête	69
2-Présentation des enquêtées	70
3-Analyse du contenu de la pré-enquête	78

Conclusion du chapitre.

Conclusion générale	81
----------------------------------	-----------

Liste bibliographique.

Liste des abréviations :

Abréviation	Signification
TRS	Théorie des réseaux sociaux.
PME	Petite et moyens entreprise.
ANDI	Agence nationale de développement de l'investissement.
CNAC	La caisse nationale d'assurance chômage.
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée.
VAP	Validation des acquis professionnel.
ANSEJ	Agence nationale de soutien a l'emploi des jeunes.
ANGEM	Agence nationale de gestion de micro crédit.
CNI	Commission nationale des investissements.
PMI	Petite et moyens entreprise industrielle.
AGI	Accès aux autorisations globales d'importation.
SARL	Société a responsabilité limitée.
SEVE	Savoir et valoir entreprendre.
CNRC	Centre nationale de registre commerce.
CFPA	Centre de formation professionnel et d'apprentissage.

Introduction générale

L'entrepreneuriat commence à prendre une place importante dans le secteur économique et social des nations, considéré comme l'une des solutions majeures pour le développement que ce soit économique dans son côté création de la richesse et valeurs ajoutées, comme dans son côté sociale à travers la création de nouvelles opportunités de travail pour une grande partie de la population.

Depuis les années 80, ce champ disciplinaire commence à connaître un autre sort bien structuré grâce à l'intérêt qu'on lui donne au cœur des débats dans plusieurs pays du monde malgré les différences existantes dans le taux d'emploi et la création des entreprises.

L'Algérie fait partie de ces pays, suite à la libération du monopole étatique dans la gestion des entreprises laissée par les colons dans une période passée et l'ouverture du marché privé ce qui a poussé plusieurs personnes à entamer cette démarche entrepreneuriale ce qui a permis plus d'opportunités afin d'exploiter des pistes que ce soit pour les hommes dans une grande partie ainsi pour une catégorie de femmes.

Il est bien de noter que l'entrepreneuriat féminin joue un rôle important dans le développement et la croissance économique et sociale des pays. Actuellement on trouve autant de femmes chefs d'entreprises que les hommes par rapport à une période où les hommes dominent l'activité entrepreneuriale surtout en Algérie, ce qui a donné une bouffée positive grâce à la participation dans la productivité nationale et la création de nouveaux postes de travail chacune dans son domaine ce qui permet d'avoir une bonne partie de mains d'œuvres en étant des femmes aux foyers, diplômées et même des chômeuses ce qui peut réduire le taux de chômage national en générale et ceux des femmes en particulier, mais le désir d'être plus productive et d'exploiter leurs potentiels permet d'avoir des idées innovantes qui peuvent participer pleinement dans l'amélioration de ce secteur.

Pour un bon début dans la création des entreprises, les femmes font recours à leurs réseaux personnels afin d'avoir de l'aide toute en sachant la place importante des liens dans ce genre de décisions surtout l'aide familiale, psychologique et financière, ainsi l'aide donnée par certaines structures d'aide étatique qui favorisent la création des PME malgré certaines difficultés.

L'activité artisanale est classée parmi les secteurs les plus exploités par les femmes vue la place primordiale qui occupe ce secteur, ce qui nous donne un large choix d'activité et donne

plus de chances aux femmes surtout d'avoir leurs propres projets ce qui leur permettent de réaliser leurs rêves et d'exercer leurs passions chacune dans son domaine d'exercice.

Vu le manque existant des travaux sur l'importance des réseaux personnels dans l'entrepreneuriat féminin en Algérie en générale et dans la wilaya de Bejaia, et afin de cueillir plus d'informations concernant cette thématique, nous avons pris l'initiative d'élargir ce champ se basant sur l'apport des liens sociaux sur le processus de création des entreprises dans la wilaya de Bejaia dans les activités artisanales surtout.

Pour but d'élaborer ce travail, nous avons devisé le travail en 5 chapitres :

Dans le premier chapitre nous allons examiner le cadre méthodologique de cette recherche, en élaborant les raisons de choix de thème, les objectifs, la problématique, les hypothèses, définitions des concepts, la méthode et la technique utilisé et à la fin les difficultés rencontrés par ces femmes entrepreneures.

Dans le deuxième, on va parler sur l'approche conceptuelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, en évoquant deux points liées à l'entrepreneuriat, le processus entrepreneurial ainsi les paradigmes dans la première partie, dans la deuxième on parle sur les femmes entrepreneures à travers un aperçue historique, les courants de pensées et les caractéristiques des femmes entrepreneures.

Le troisième chapitre est les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME devisé aussi en deux partie, la première consiste sur les liens en donnant quelque information sur l'émergence des liens, leurs formes ainsi leurs rôles dans le développement entrepreneurial, dans la deuxième partie on parle sur le processus de création en basant sur les types des entreprises créer, le processus de création, certains dispositifs d'aides et les facteurs motivants.

Le quatrième chapitre de ce travail intitulé l'entrepreneuriat féminin et la création des PME en Algérie, on va faire un aperçue historique des PME, donner quelques statistiques relatifs à l'entrepreneuriat en Algérie, les facteurs de réussite des entreprises féminins et à la fin les obstacles rencontrés de ces femmes dans leurs créations.

Dans la deuxième partie de cette recherche, on va faire une interprétation et une analyse des informations recueillit durant la pré-enquête à travers six entretiens avec six femmes entrepreneures de différents fonction puis on termine par une conclusion qui englobe tout ce

travail en proposant une idée d'une thématique pour les futures étudiants qui veulent faire un travail sur les liens dans le milieu entrepreneurial et une liste bibliographique dont on a tirés les informations pour cette recherche.

1 ère partie :

La partie théorique

Chapitre 01 :

Cadre méthodologique

Préambule

Cette partie consiste à la présentation du cadre méthodologique de la recherche, elle contient dans son ensemble les raisons de choix du thème, les objectifs de cette recherche, la problématique, la présentation des hypothèses, la définition des concepts clés, la méthode et la technique utilisée ainsi les difficultés rencontrées.

1. Les raisons du choix de thème :

La curiosité de s'avoir l'évolution de domaine de l'entrepreneuriat des femmes en Algérie dans les activités artisanale. Ainsi de pencher sur des nouveaux thématiques peu abordé surtout pour les femmes créatrices des PME à Bejaia, et faire valoir nos informations acquises, améliorer et d'approfondir nos connaissances sur le processus de création des entreprises.

Aussi de connaître l'apport des liens sociaux dans l'encouragement durant la création ainsi la contribution de différentes structures d'aide conçues spécialement pour les PME.

2. Les objectifs de la recherche :

Notre recherche a pour objectif de connaître si ces entreprises peuvent être un outil de diminution de taux de chômage surtout sur les femmes. Cette étude a pour but d'écrire et à comprendre l'influence du réseau social et familial dans le processus de création des entreprises. Ce qui va nous permettre aussi de connaître les motivations qui poussent les femmes à être des entrepreneures et faire apparaître l'importance des structures d'aides dans le développement de l'action entrepreneuriale féminin.

3. La problématique :

Le phénomène entrepreneurial prend de plus en plus d'importance de notre société sur plusieurs domaines. L'entrepreneuriat est connu comme une discipline cruciale dans le développement économique et sociale, elle constitue un élément indispensable à l'intégration et la diversification économique.

Schumpeter donne son envoi au domaine de l'entrepreneuriat et il l'associe nettement à l'innovation, « l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise » (**Schumpeter, 1928**).

Cette activité implique la découverte, l'évolution et l'exploitation d'opportunité dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation, de nouveaux marchés, processus et matériaux par des moyens qui éventuellement n'existaient pas auparavant. (**PESQUEUX.Y. P02**)

Cette branche apparue dès le 18^{ème} siècle, puis elle s'est étendue de manière plus structurée au milieu du 20^{ème} siècle avec la création de plusieurs départements dans les plus grandes universités à l'échelle mondiale tels que la prestigieuse Harvard Business school en Amérique. (**MESSEGHEM.K et TORRES.O.2015.P13**).

Comme beaucoup de discipline, l'entrepreneuriat s'est construit à partir des travaux issus de l'économie, et des sciences sociales comme la sociologie et la psychologie, tout en conservant son caractère multidisciplinaire. (**Ibid. P15**).

Jusqu'aux années 80, l'entrepreneuriat était réservé aux hommes car des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques empêchaient les femmes d'investir dans des activités entrepreneuriales, toute fois au cours des trois dernières décennies et dans de nombreux pays les entrepreneurs femmes représentent une part croissante dans les contingents des chefs d'entreprises en jouant un rôle important dans le développement de l'entrepreneuriat. (**TAHIR METAICHE.F.2013.P01**).

L'Afrique est en avance sur le reste du monde en ce qui concerne le nombre de femmes entrepreneures. D'après la dernière étude sur le sujet publiée par le cabinet Rolland Berger pour « women in Africa », près de 24 % des Africaines en âge d'exercer un emploi sont impliquées dans la création d'entreprises. C'est bien plus que partout ailleurs. Selon l'étude, l'entrepreneuriat féminin engendrerait entre 250 et 300 milliards de dollars américains, soit environ 12 à 14 % du PIB du continent. (**Marlène. P. 2016**).

Le développement des entreprises est un moteur essentiel de la croissance économique et de la création d'emploi. Sans l'entrepreneuriat, il y aurait peu d'innovation, peu de croissance de la productivité et peu de nouveaux emplois. Pour combler les écarts entre les sexes, il faut identifier et mettre en œuvre des programmes et des politiques qui ciblent les contraintes spécifiques auxquelles les entrepreneures sont confrontées. Il existe des interventions ciblées

qui sont simples, abordables et surtout à fort impact. Plus de la moitié des entrepreneurs en Afrique sont des femmes : la promotion de l'égalité femmes/hommes est un choix économique judicieux et une bonne pratique de gestion pour les entreprises. Elle doit être au cœur des politiques de développement. (Site : ideas4development.org, **L'entrepreneuriat des femmes, clé de la croissance africaine, consulté le 15 juin 2021**).

Depuis l'indépendance du 1962, l'Algérie a opté pour le système de gestion socialiste et ce qui a eu des résultats plus au moins remarquables surtout dans ces débuts jusqu'aux années 80. Le domaine entrepreneurial été fondamentalement consacré pour le secteur Etatique qui prend en charge le fonctionnement des entreprises à caractère nationale de cette époque. A partir des années 90, le gouvernement a changé ces comportements d'investissement surtout dans le domaine privé qui a connue une ouverture suite aux crises économiques enregistrés dans le pays qui ont réduits la capacité budgétaire de l'Etat sous l'égide d'un plan d'ajustement structurel. (AKNINE SUIDI.R et FERFERA.MD.Y, p66).

Les PME sont considérées comme une source primordiale pour la richesse d'une part, par rapport à la création d'emplois et la lutte contre le chômage en générale et féminin en particulier et ce dans le cadre de la femme entrepreneure. D'autre part, avoir un climat social favorisant l'invention et le changement des mentalités surtout pour les familles réservistes qui n'acceptent pas le travail de la femme hors son foyer.

L'aspect patriarcal qui caractérise les familles Algériennes était remarquable ce qui à empêcher l'apparition du genre féminin dans plusieurs domaines. Apres plusieurs années, surtout avec la scolarisation de la femme elle commence à prendre une place dans la société et cela par des programmes qui incitent l'insertion et l'intégration de ce genre dans le milieu actifs et qui veut dire un revenue qui lui permettre de subvenir à ces besoin personnelle et même celle de ca famille, et en remarquant les résultats ces jours on voit un taux élevés des femmes qui partagent les mêmes responsabilités avec les hommes qui sont devenues des concurrents dans la vie active.

Plusieurs études ont été faite récemment sur la notion de l'entrepreneuriat surtout en ce qui concerne le genre masculin, on remarque une faible intention donnée pour le côté féminin surtout sa partie qui met l'accent sur les entreprises dites petites et moyennes. Le fait d'avoir une idée qui vise la création d'une entreprise cela implique beaucoup de mécanismes et procédures à suivre, parfois on enregistre un manque ou un retard concernant le lancement de

ces projets et cela est due à de nombreuses difficultés que ce soit matérielles, financières ou bureaucratique.

Tous ces problèmes poussent les porteurs de projets à se décourager et de laisser tomber leurs idées de création surtout pour les femmes qui n'ont pas assez d'expérience en ce qui concerne sa partie juridique et institutionnelle d'une part, d'autres part une incapacité d'avoir du matériels, c'est pour cela elles se sont dirigées vers les structures d'aides et d'information créée par l'Etat.

On voit des organismes spécialisés dans l'aide et la création des entreprises, en France par exemple, il y'a plus de 3000 lieux d'informations et de soutiens reparties dans tout le territoire et qui sont désignés généralement par l'Etat et parfois même par des particuliers qui donnent un coup de pouce pour les nouveaux projets. **(CASTERAN.S, 2007, p143).**

Le gouvernement Algérien a pris la même démarche depuis plusieurs années et cela à travers la création des institutions qui pour but d'aider ce genre de projets par exemple on trouve l'Agence nationale public pour l'emploi (ANEM), Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM), Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC), Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)...etc. Ce n'est pas facile d'en arriver dès la première tentative, il est important pour l'entrepreneur d'avoir des ressources d'aides personnelles et professionnelles qui peuvent accélérer le processus de création de son entreprise.

La famille par exemple peut être le point de départ vue qu'elle est la première institution et son apport est grandiose à travers leurs aides, connaissance dans le domaine qui peut faciliter la maîtrise du travail, apprentissage et aide financière dans la plupart du temps surtout pour les femmes. **(MEZGHANLI et autres, 2009, p20).**

Un réseau d'amis peut aussi contribuer à développer son idée, avec le sphère des réseaux sociaux une simple discussions peut conduire plusieurs compartiments à mettre en œuvre un projet entrepreneurial, connaitre des amis qui occupent un poste dans un dispositif d'aide peut être utile pour l'accélération du processus de création d'une entreprise à travers la passation du dossier sous la table comme on dit dans le langage routier (la Schipa) ou (le pot de vin) c'est pour cela un carnet de contacte est toujours utile pour ce genre de situation. **(MEZGHANLI et autres, 2009, p21).**

Selon Djilali LIABES : « l'entrepreneur n'est jamais seul, il est porté par son groupe d'appartenance, famille avant tout, puis par concentricité de clientèle et d'allégeance ».

La wilaya de Bejaia, on voit un progrès important de nouvelles entreprises dernièrement elle, est classé la quatrième sur l'échèle nationale avec un chiffre de 20684 entreprises qui contribuent de manières importantes dans l'insertion des femmes dans le milieu professionnel et de démontrer les capacités existantes surtout pour celles qui sont dans leurs foyers et qui ont des talents dans différents domaines. C'est pour cela elles essayent de sortir et de prouver leurs capacités en intégrant un milieu qui est dominé depuis plusieurs années par le genre masculin qui est a le monopole dans le domaine entrepreneurial et la création des entreprises. Un taux de croissance qui s'élève à 9.60% à la wilaya de Bejaia.

Après de nombreuses recherches, on a vu un manque d'information et d'études concernant cette catégorie que ce soit au niveau international et bien pire encore dans le contexte national. C'est pour cela on a eu l'idée de faire ce travail pour connaitre quel est l'apport des liens sociaux dans le processus de la création des entreprises dans la wilaya de Bejaia. On à procéder à faire une pré enquête auprès de certaines femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia afin d'avoir une vision plus proche concernant la notion d'entreprendre à travers 6 entretiens qu'on avait fait avec elles, et durant leurs déroulement on a pu avoir une variété d'informations concernant l'acte entrepreneurial, même l'importance des liens sociaux qui seront des facteurs motivants pour la création des entreprises selon les femmes enquêtées et cela d'après ce qu'on a comme réponses.

Notre intérêt s'appuie donc à pouvoir répondre à ces deux questions :

- Quel est l'impact des liens sociaux dans le processus de création des PME pour ces femmes entrepreneures ?
- Quels sont les ambitions d'avenir pour ces femmes entrepreneures ?

4. Les hypothèses :

- Les liens sociaux jouent un rôle important dans le rapport des femmes à la création des PME dans la wilaya de Bejaia.
- Les PME peuvent être un outil de diminution du taux de chômage enregistré chez les femmes.

5. Définitions des concepts :**5.1 Définition de l'entrepreneuriat**

L'entrepreneuriat est un domaine intéressant non seulement pour les économistes mais aussi des sociologues et des psychologues. On peut le définir de nombreuses manières, en soulignant la diversité des attributs, des contextes, des motivations, des rôles et des contributions des entrepreneurs au sein de la société.

Dans ce cadre, de nombreuses recherches ont également élaboré des cadres conceptuels pour décrire et représenter le processus entrepreneurial ; la plupart d'entre eux sont basés sur l'idée que le comportement entrepreneurial est le résultat d'un processus interactif entre les facteurs environnementaux et individuels. Un bon nombre de chercheurs limitent l'idée de l'entrepreneuriat à la création d'entreprises. Tandis que d'autres, s'arrêtent à divers aspects liés à la création d'entreprises, mais aussi à leur évolution. **(A.KHEDIM, B.FARADJI.2017).**

L'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu est une organisation son action induit du changement et conduit à une modification partielle de l'ordre existant. **(GASTINE. I, p03).**

L'entrepreneuriat peut être défini aussi comme « un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligible nécessitant une modalisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation, stricte et univoque de ces frontières sémantique ». **(VERSTRAETE. T, 2000, p11).**

Selon ces définitions, on peut constater que l'entrepreneuriat est un processus qui mit en œuvre par une ou plusieurs personnes, englobant toutes les actions de création d'une nouvelle organisation de manière indépendante ou avec un employeur. L'entrepreneuriat est un processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaire.

5.2 L'entrepreneuriat féminin :

L'entrepreneuriat féminin est devenu un domaine de recherche qui attire de plus en plus de chercheurs dans les pays développés et ceux en voie de développement. Ceci est dû à l'importance grandissante qu'il a acquis depuis la fin des années 80. Une telle évolution est justifiée par le rôle croissant que joue l'entreprise féminine dans le développement de l'économie nationale et international. **(BESSOUH.N.P18).**

Selon MARTIN, « l'entrepreneuriat féminin est issu d'un contexte d'appauvrissement et de promotion de l'initiative privée, il réunit donc, un ensemble d'entreprise variées et tenues par des femmes inscrites dans toute la hiérarchie sociale : elles travaillent dans le secteur formel et informel, et souvent à la fois dans l'un et dans l'autre. Dans notre cas nous nous basons dans le secteur formel ». (BEN MEKHLOUF. Y et AKNINE SOUIDLR ,2018.P43).

Pour nous l'entrepreneuriat féminin est un domaine récent qui commence à attirer de plus en plus les chercheurs et prend de l'ampleur au niveau mondial.il se caractérise par la participation au développement de l'économie des pays et qui met en avant les femmes entrepreneures qui voit cette démarche comme un outil de libéralisation, une preuve d'existence et un moyen de montrer ces capacités.

5.3 Femme entrepreneure :

Les femmes entrepreneures représentent une partie de plus en plus grande du monde économique, et participent au développement réel de tout pays. Elles ont été capables de créer des entreprises très diverses et ont contribué remarquablement au développement d'un large éventail de services et de produit. (IBID.P.17).

Une femme entrepreneure se définit comme « une femme, personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariat dépendante d'un employeur. Créé une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui son lié à la production de la richesse envisagée ».(A .ZAHRA,2008,P04).

Selon Belcourt et Al la femme entrepreneure« est cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise ».(BESSOUH.N.P.17)

Dina Lavoie décrit la femme entrepreneure comme «La femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante». (IBID.P17).

Donc la femme entrepreneure est la femme qui travail en autonomie ou par équipe pour but d'améliorer sa situation en créant de nouvelles activités et de richesse afin de réaliser des objectifs personnel et professionnel par la création et la gestion de son entreprise.

5.4 Définitions des PME :

Les petites et moyennes entreprises constituent un groupe très hétérogène. Elles sont présentes dans des activités très diverses. On retrouve dans la catégorie des PME le petit artisan qui fabrique seul des outils agricoles vendus sur le marché du village. Ces entreprises appartiennent des propriétaires, pauvres ou riches, elles exercent leur activité sur des marché très différents (dans des zones urbaines ou rurales au niveau local, national, régional ou international). Elles distinguent par le niveau de compétences de leurs salariés. **(Wignaraja. G.2004).**

La définition des PME varie souvent d'un pays à l'autre et se fonde généralement sur le nombre de salariés, le chiffre d'affaires annuel ou le total de bilans de l'entreprise. Les micro-entreprises comptent de 1 à 10 salariés, les petites entreprises de 10 à 100 et les entreprises de taille intermédiaire de 100 à 250. Sauf précision contraire, est considérée comme une PME aux fins du présent rapport tout entreprise de moins de 250 salariés, quel que soit son statut juridique et qu'elle soit formelle ou informelle. **(Site : www.ilo.org/wcms/358290. Les petites et moyennes entreprises et la création d'emplois décents et productifs. Consulté le 19/06/2021).**

La PME est d'abord une entreprise qui se caractérise par une très forte centralisation des modes de gestion. La personnalité du dirigeant s'exprime à travers les différentes facettes de la gestion quotidienne de son entreprise. Les valeurs du dirigeant, son profil psychologique, ses buts et aspirations déterminent le fonctionnement de l'entreprise. **(TORRES. O, 1998, p 21).**

D'après ces définitions on remarque que les PME possèdent plusieurs représentations. la PME se varie d'une entreprise a une autre puisqu'on compte les très petites entreprises et les moyennes entreprises et qu'on tient compte généralement de la valeur de chiffre d'affaires et la valeur de nombre d'effectifs.

5.5 Capital social :

L'idée de base du concept de capital social réside dans le fait que les relations personnelles peuvent présenter une source de ressources et de soutien. Pour Bourdieu, la capacité d'action d'un agent, soit un individu ou une entreprise, ne dépend pas seulement des ressources financières ou tangibles qu'il possède, mais de ses différentes ressources, y compris les intangibles. Et aussi Adler et Kwon (2002) indiquent qu'il est possible de voir deux perspectives majeures dans les études qui utilisent le concept de capital social : perspective externe, lorsque l'accent est mis sur les relations externes d'un acteur, et perspective interne, lorsque l'accent est mis sur les relations internes d'un groupe ou d'une communauté. **(BORGES. C. FILION.L.J, 2012, p 04).**

Bourdieu définit le capital social comme « l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter reconnaissance ». **(LALLEMENT. M, 2006, p72).**

Donc on comprend bien que le concept de capital social peut nous aider à éclairer l'action et bien plus encore à donner une attitude plus juste vis-à-vis de l'action. L'action est d'autant plus efficace qu'elle s'appuie de manière cohérente sur le capital social existant ou sur le capital social qu'elle contribue à faire émerger, et que la personne se développe dans le contexte d'un certain réseau de relations, de normes, de confiance réciproque éprouvée afin de les faire façonner et les maîtriser en exercices.

5.6 Le lien social :

Le lien social c'est « l'ensemble *des relations que l'on entretient avec sa famille, ces amis, ces voisins, jusqu'aux mécanismes collectifs de solidarité, en passant par les normes, les règles, les valeurs qui nous dotent d'un minimum de sens d'appartenance collective* ». **(CUSSET. P.Y, 2007, p 05).**

On constate dans cette définition que les liens sociaux constituent des entités qui fusionnent des échanges qui unissent les individus faisant partie d'un groupe en établissant des rapports interpersonnels aussi en partageant les mêmes mécanismes de marche de la vie sociale.

L'analyse de Granovetter sur les réseaux sociaux montre que les interactions interindividuelles se traduisent par des phénomènes collectifs qui rétroagissent, de manière symétrique, sur les individus et les petits groupes. Au cœur de cette analyse se trouve la notion de lien interpersonnel « *lien dont la force est une combinaison de la quantité de temps, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité et des services réciproques qui caractérisent ce lien* ». (FALLERY. B. MARTI. C, 2007, p 171).

Dans cette définition Granovetter nous montre que les liens sociaux peuvent être répartis en deux variables, le lien fort et le lien faible.

5.6.a Les liens forts :

Les liens forts sont des liens interactifs et seraient nécessaires pour l'échange de connaissances complexes, difficiles à codifier et souvent intégrées à un système de connaissances structurées. Ce sont des sources de confiance et procurent une certaine sécurité. (Ibid. p 171).

5.6.b Les liens faibles :

Granovetter définit les réseaux à liens faibles comme ceux avec lesquels les individus ont peu d'interactions dans le temps, une faible intensité émotionnelle, peu de confiance et peu de services réciproques. Les réseaux à liens faibles sont en fait constitués de sources moins fréquentées, à l'inverse de ceux à liens forts. (Ibid. p 170).

6. Méthodes et techniques :

6.1. La méthode utilisée :

Notre objectif consiste à montrer et comprendre le rôle des liens sociaux dans le processus de création des entreprises féminines, et pour cela on a opté pour l'utilisation de la méthode qualitative qui nous permettra de réaliser une étude approfondie sur cette thématique.

Ainsi pour but de tirer le maximum d'informations possible sur cette étude sociologique qui nécessite de dévoiler l'importance du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et l'apport des réseaux sociaux dans la création des petites et moyennes entreprises (PME).

6.2. La technique utilisée :

Notre choix de la technique est lié à la méthode utilisée vu le nombre restreint de notre population d'étude ont opté sur l'entretien semi-directif qui nous a obligé d'être en contact direct avec ces femmes entrepreneures. Ainsi pour avoir des informations fiables qui nous permettrons de comprendre l'impact des liens sociaux sur le processus de création de l'entreprise. On a abordé avec nous enquêtées de questions principales concernant : l'idée de création, l'influence de l'entourage, la place de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et le rôle des liens sociaux pendant la création de l'entreprise.

Donc notre guide d'entretien contient des questions ouvertes afin de donner une liberté de réponse de la part de nos enquêtées pour réunir des informations et favoriser la richesse des réponses.

7. Les difficultés rencontrées :

- Le retard du début de l'année universitaire 2020/2021 ce qui ne nous a pas donné un temps suffisant pour bien élargir ce travail.
- Le manque de temps pour certaines femmes entretenues ce qui nous à un peut perturber.

Chapitre 02 :

**Approche conceptuelle sur
l'entrepreneuriat féminin en Algérie.**

Préambule

A travers ce chapitre, nous allons présenter quelques éléments théoriques de l'entrepreneuriat en générale et la femme entrepreneure en particulier. On a commencé par l'entrepreneuriat économique et social, le processus entrepreneurial et ces différents paradigmes. Ensuite, le grand point de ce chapitre l'approche conceptuel sur l'entrepreneuriat féminin, l'historique, les grands courants de pensée, les caractéristiques et les types des entrepreneures.

1. Entrepreneuriat : historique et évolution.

➤ **L'entrepreneuriat économique :**

Le concept d'entrepreneuriat apparait dans la littérature économique à travers les écrits de Richard Cantillon, qui est probablement le premier à présenter la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique. Il souligne notamment, dans son analyse du phénomène entrepreneurial, le rôle de l'incertitude et du risque. L'entrepreneur de Cantillon prend des risques, dans la mesure où il s'engage vis-à-vis d'un tiers de façon ferme, alors qu'il n'a pas de garantie certaine de ce qu'il peut en attendre. **(A. FAYOLLE, 2005, P10).**

Dans la théorie de l'évolution économique, devenu une référence incontournable. Schumpeter avait pour objectif de fonder une nouvelle économie et révolutionner la théorie économique à l'image de Karl Marx et Léon Walras, soit deux économistes autrichiens s'est positionné. Son objectif est d'élaborer un schéma d'analyse permettant de comprendre le fonctionnement du capitalisme dans sa globalité et sur une longue période. **(S.BOUTILLIER, D.UZINIDIS, 2013, p97).**

Selon Schumpeter s'interroge en substance sur le manque d'intérêt des économistes pour l'entrepreneur au profit de celui qu'ils portent au capitaliste. Au fil des siècles, l'entrepreneur a pourtant pris une place croissante dans l'économie, évolution qui est concomitante au développement du libéralisme et des théories économiques qui s'y rattachent. Avec l'intellectuel laïc de la renaissance, se dessine l'économiste qui peut être issu soit des affaires, soit du pouvoir. **(Ibid. P98).**

Chapitre02 : Approche conceptuel sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Il faut remonter jusqu'au 18^{ème} siècle, pour parler de l'entrepreneuriat. Exactement c'était en 1755 que le pionnier Cantillon l'a utilisé pour la première fois avec une certaine clarté, alors que le concept est bien utilisé avant lui mais sans aucune précision de sens. Cantillon était essentiellement un banquier qu'on qualifierait aujourd'hui de prêteur de capitaux de risque. Ses écrits nous révèlent un homme à la recherche d'occasions d'affaires, préoccupé par une gestion astucieuse et économe qui optimalise le rendement sur le capital investi.

Cantillon est bien bercé par l'ordre naturel des activités économiques, il trouve dans la notion la « main invisible » le terrain propice pour donner son analyse de la vie économique ; il trouve dans le concept de l'entrepreneur ce qui manque pour expliquer l'autre façade de la vie économique. Pour l'auteur, l'entrepreneur est la main visible permettant au marché de fonctionner. Cantillon a été le premier à généraliser l'utilisation et l'utilité du concept d'entrepreneur dans la théorie économique du marché. **(Ibid. P99).**

Cantillon et Say voyaient l'entrepreneur surtout comme un preneur de risques puisqu'il investissait son propre argent. Pour Cantillon, l'entrepreneur achète une matière première souvent un produit de l'agriculture à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une occasion en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques. Say fera une différence entre l'entrepreneur et le Capitaliste, entre les profits de l'un et de l'autre. En ce sens, il associe l'entrepreneur à l'innovation ; il voit l'entrepreneur comme un agent de changement. Entrepreneur lui-même, il est le premier à avoir défini l'ensemble des paramètres de ce que fait l'entrepreneur dans le sens où nous l'entendons de nos jours. **(L.J.FILION, 1997, P.133, 134).**

➤ L'entrepreneuriat social :

Lorsqu'on parle d'entrepreneuriat social on traite des projets entrepreneuriaux des entreprises et des individus dont le moteur est la réalisation d'une mission sociale. Cependant, il n'y a pas de consensus quant à la définition et aux contours de ce concept et de nombreuses terminologies y sont associées : entreprise sociale, social business, économie sociale et solidaire, entreprendre autrement... Né dans les années quatre-vingt-dix(1990), simultanément aux États-Unis et en Europe, l'entrepreneuriat l'entreprise et de l'économie que nous allons présenter, et se dilue parfois dans les projets portés par les entreprises à finalité lucrative dans le cadre de leur responsabilité sociale. **(FAYOLLE. A, 2012, p 122).**

Les principes de l'entrepreneuriat social s'écartent de la manière classique d'entreprendre car ils ne visent la réalisation d'un profit maximal mais accordent tout leur importance à la valeur sociale d'une activité économique. Le but est de répondre à une problématique sociétale ou d'apporter une valeur d'intérêt général par le biais de la création d'une entreprise. (Site : blod.hubspot.fr, **Entrepreneuriat social : définition, rôle et exemples. Consulté le 18/06/2021**).

➤ **L'entrepreneuriat psychologique :**

Les psychologues spécialisent du comportement humain. Un des premiers de cette discipline à s'intéresser aux entrepreneurs fut Max Weber (1930). Il a identifié le système de valeur comme fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs. Il les voyait comme des innovateurs, des gens indépendants possédant une source d'autorité formelle de par leur rôle de dirigeants d'entreprises. Mais celui qui a donné le coup d'envoi aux sciences du comportement face aux entrepreneurs fut sans doute. (**Fillion. L.J, 1997, p 07**)

David C. McClelland à se pencher sur l'histoire afin d'expliquer le pourquoi des grandes civilisations. Suite à cette étude remarquable, McClelland (1961) identifie plusieurs éléments, mais essentiellement la présence de héros dans la littérature. Selon McClelland, les gens formés sous cette influence développent un fort besoin de réalisation, et il associe ce besoin à l'entrepreneur. Toutefois, il ne définit pas l'entrepreneur de la même façon que celle mentionnée généralement dans la littérature du domaine. Il la définit comme suit : « *Un entrepreneur est quelqu'un qui exerce un contrôle sur une production qui ne sert pas qu'à sa consommation personnelle* ». Il a étudié des questionnaires de grandes organisations. Bien qu'il soit fortement associé au domaine de l'entrepreneuriat. (**Ibid.**).

1.2 Processus de l'entrepreneuriat :

Le concept de processus a fait l'objet d'une multitude de définitions en fonction des disciplines qui l'utilise et des perspectives adoptées dans les travaux. Dans ce qui suit, la définition de Jacquet-Lagrange « *Le processus est un déroulement de configurations ou d'interactions concomitantes et/ou successives sous l'effet de régulations compensatrices et amplificatrices propres au système concerné* ». Nous retrouvons ici l'idée de configurations qui se succèdent ou se déroulent en séquence, sous l'effet de régulations, dans ce cas, sont

activées consciemment ou inconsciemment par l'individu et ont pour objectif de retrouver plus de cohérence entre les composantes du système, notamment au niveau du couple individu et projet, ou de renforcer le niveau de cohérence existant. (FAYOLLE.A, 2012, P55).

Le processus entrepreneurial tient au cheminement d'un individu qui a un moment de son existence, s'interroge sur l'acte d'entreprendre, le prépare et s'apprête à donner une orientation entrepreneuriale a sa vie professionnelle. Elle s'intéresse a analysé le mécanisme par lesquels on devient entrepreneur.(FAYOLLE.A, 2003, P70).

1.3 Les paradigmes de l'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est une discipline traversée par des différents courants ou différents paradigmes, en trouve Alain Fayolle résume les déférentes approche à travers une revue de la littérature qui apparaitre quatre paradigmes de l'entrepreneuriat.

➤ Paradigme de l'opportunité d'affaires :

Par opportunité d'affaire, nous entendons tout bien une opportunité de création d'entreprise ou de développement d'une innovation dans une entreprise existante. Une opportunité d'affaire peut être définie par la possibilité qu'un projet présente d'aboutir à une activité créatrice de valeur, rentable et dotée d'un potentiel de développement ou de pérennisation, compte tenu de l'opportunité de marché et des ressources mobilisable par l'individu. (FAYOLLE.A, MOLLE.P, 2004, P91).

Pour l'économiste autrichien Kerzner (1979), l'opportunité vient d'un dysfonctionnement dans un marché : « *une opportunité est une imperfection du marché ou un déséquilibre économique qui peut être exploité par un entrepreneur en ramenant le marché à son état d'équilibre* ». L'opportunité est ici considérée, avant tout, comme une opportunité de profit rendue possible par l'existence d'une demande solvable et de ressources requises disponibles. (FAYOLLE.A, 2012, P108).

➤ Paradigme de la création d'une organisation :

Selon des premières conceptions d'une organisation réduisait l'acte de création à une phase de cycle de vie d'une entité ou d'une dynamique organisationnelle. Le concept d'émergence organisationnelle s'applique à un phénomène découlant de l'interaction de différents stimuli tels que l'expérience, les images ou les idées, prenant sens dans une combinaison nouvelle. Dans les conceptions modernes, la création d'une organisation n'est pas synonyme de la création d'une entreprise au sens restrictif du terme, ce que la modélisation du présent paradigme dépasse maintenant largement. Le terme d'organisation, été maintes fois écrits est polysémique puisqu'il concerne l'action organiser, le résultat de celle-ci est les modes d'agencement de formes organisées nées l'action. (FAYOLLE. A, VERSTRAETE. T, 2005, P37).

➤ **Paradigme de la création de valeur :**

L'entrepreneuriat est souvent considéré comme apporteur de richesse et d'emploi pour la nation, disons globalement de valeur, elle est aussi un processus de création de valeur nouvelle. La création de valeur a été empiriquement identifiée comme un thème situé au cœur de l'entrepreneuriat par Gartner (1990). (Ibid. P 39).

Cette dernière constitue un mécanisme majeur dans les processus de création de valeur, il n'en demeure pas moins que la création de valeur relève d'une diversité de pratiques qui ne se réfèrent pas toutes à l'entrepreneuriat. La valeur appartient aux bases classiques de la science économique (Bruyat et Julien, 2001) ou elle s'exprime par les échanges effectués entre agents par l'intermédiaire des prix déterminés par les marchés, la valeur prend une connotation sociale, sans pour autant négliger les obligations financières que ne manquent pas d'exiger les parties prenantes.(Ibid. P40).

➤ **Paradigme de l'innovation :**

Le paradigme de l'innovation c'est de faire l'objet d'un traitement particulier, l'innovation est de nature plus rationnelle, elle touche à la réussite, à différents niveaux, de l'introduction de l'innovation dans la pratique sociale, cette réussite peut être économique technologique, commerciale ou sociale. (FAYOLLE. A, MOLLE.P. 2004. P79).

Schumpeter c'est le premier qui a relié le phénomène de l'innovation a un acteur social, l'entrepreneur en prenant bien soin de préciser, d'ailleurs que l'entrepreneur n'était pas uniquement le créateur d'entreprise. (**Ibid. P81**).

L'entreprise selon Schumpeter considéré comme une dynamique d'exécution de nouvel combinaisons ou réalisations s'exprime dans ce qu'il appelle des exploitations. L'innovation est la source du développement économique et dépasse généralement la seule mise sur le marché de produits ou de services innovants par une firme établie sa réalisation nécessite en effet d'entreprendre. (**FAYOLLE.A, VERSTEATE.T. 2005. P42**).

2) Femmes entrepreneures :

2.1. Aperçu historique des femmes entrepreneures :

Les premières recherches centrées sur les femmes entrepreneures a été réalisée par Schwartz en 1976. Depuis, l'intérêt du monde académique, managérial et politique pour l'entrepreneuriat féminin n'a cessé de croître, avec de nombreux travaux publiés sur le sujet. (**P.M.CHAUVIN, M. GROSSETTI, P.P.ZALIO, P287**).

Les femmes entrepreneures sont caractérisées par une grande variété de définitions, de méthodologies et de résultats. Le concept même d'entrepreneur reste assez nébuleux, et les chercheurs ne parviennent pas à s'entendre sur une définition commune, Dina Lavoie définit la femme entrepreneure comme « *la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, achète ou accepte en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante* ». La lecture des écrits sur les femmes entrepreneures révèle aussi une grande hétérogénéité dans les approches théoriques et méthodologiques utilisées, ainsi que dans les résultats et les conclusions. Une perspective sociologique permet de mettre en lumière les constructions théoriques concernant le sexe, le genre et l'entrepreneuriat, différentes selon les auteurs. Des courants de pensée distincts peuvent être identifiés dans la littérature sur les femmes entrepreneures. Les arguments utilisés, les méthodes et les conclusions des recherches vont ainsi varier en fonction de l'approche théorique adoptée. (**Ibid. P288**).

2.2. Les courants de pensées des femmes entrepreneures :

2.2.1 L'approche fonctionnaliste de l'entrepreneuriat féminin.

Chapitre02 : Approche conceptuel sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Cette approche est une vision naturaliste de différences entre hommes et femmes, « *la théorie fonctionnaliste considère les rôles sexués comme un impératif social, relevant d'une prédisposition des hommes pour la sphère publique et des femmes pour la sphère privée* ». Cette théorie attribue des traits de caractère et des comportements spécifiques aux hommes et aux femmes, censés habiter des rôles sociaux distincts, est de considérer les hommes Plus compétents pour le monde du travail et les femmes plus capables de gérer la vie familiale.

Dans le champ de l'entrepreneuriat, cette perspective se traduit par le présuppose selon lequel les femmes, contrairement aux hommes, ne posséderaient pas les qualités nécessaires ou suffisantes pour réussir. Ainsi un ensemble de Caractéristiques féminines spécifiques, peu ou pas adaptées à l'entrepreneuriat. « *Dans l'ensemble, la vision relevant de la théorie fonctionnaliste des rôles sexués est particulièrement présente dans les écrits s'attachant à déterminer les caractéristiques psychologiques, la personnalité ou le système de valeurs des femmes entrepreneures* ». Les femmes et les hommes entrepreneurs sont comparés afin de déterminer leurs profils respectifs dont l'influence sur la performance de l'entreprises sera également évaluée. **(Ibid. P289).**

2.2.2 Approche féministe de l'entrepreneuriat féminin :

L'approche féministe a fortement critique ce paradigme fonctionnaliste des rôles sexués dans l'entrepreneuriat, en introduisant la notion de genre. Défini comme le « *sexesocialement construit* ». Le genre se distingue du « *sexe biologique, et renvoie aux constructions sociales et culturelles du féminin et du masculin et à leur impact sur le positionnement des femmes et des hommes dans la société* ». Ces études permettent d'éclairer deux processus à l'œuvre. Les mécanismes de séparation se manifestent au travers les rôles, de fonctions et de compétences spécifiques à chacun des sexes, et déterminer ce qui est considéré comme masculin ou féminin et menant à des représentations stéréotypées des sexes. Les processus de hiérarchisation désignent structuration de la société autour d'une norme masculine, conduisant à valoriser davantage les caractéristiques, la valeur ou les comportements perçus comme masculins, au détriment de ceux identifiés comme féminins. **(Ibid. P291).**

2.2.2.1 La théorie de féministe libéral :

La théorie du féminisme libéral considère les différences sexuées comme une fiction servant à légitimer les inégalités de traitement entre hommes et femmes. Cette perspective part donc du principe que les hommes et les femmes sont similaires, mais qu'ils sont traités de manière inégale, en raison de la subordination des femmes vis-à-vis des hommes dans la société.

Les femmes qui sont aussi capables que les hommes de réussir dans les activités entrepreneuriales, font l'objet de distinctions ou rencontrent systématiquement de réaliser leur capacité. L'expérience des femmes en entrepreneuriat serait donc affectée par leur position de subordination au sein de la société. « *Les études relevant de cette approche mobilisent des facteurs situationnels et contextuels, plutôt que des facteurs individuels de type essentialiste pour expliquer les freins à la création et au développement entre femmes et homme entrepreneur* ». L'objectif général est d'identifier ces obstacles, de les rendre visibles et de les supprimer, afin d'assurer l'égalité des chances entrepreneuriales. **(Ibid. P292).**

2.2.2.2 La théorie féministe sociale :

La théorie du féminisme social s'intéresse à une perspective féminine pendant longtemps négligée. Elle invite à célébrer les femmes dans leur différence, Cette théorie part du postulat que les femmes entrepreneures possèdent des attributs uniques et précieux pour le monde de l'entrepreneuriat, identifiées comme des ressources comme des freins. Elle met donc en évidence une image positive de la femme entrepreneure et de son potentiel.

Candida G. Bruch «*est l'une des premières à avoir développé cette théorie de la pensée féministe sociale en soutenant que les femmes entrepreneures ont une vision intégrée de leur entreprise* ». Le principe de féminisme social est de découvrir les processus sociaux par lesquels les attributs et les choix des femmes entrepreneures sont dévalorisés, et de mettre en lumière la norme masculine autour de laquelle construisent la notion d'entrepreneuriat. Cette théorie contribue ainsi à la reconnaissance, à la légitimation et à la valorisation de l'entrepreneuriat féminin. **(Ibid. P293).**

2.2.3 L'approche socioconstructivistes de l'entrepreneuriat féminin :

L'approche socioconstructiviste de l'entrepreneuriat féminin représente un changement de positionnement épistémologique, pour étudier la manière dont le genre réalise. Le genre ne doit plus être considéré comme une donnée mais comme une catégorie de construire, ne doit plus s'appliquer seulement à des individus, mais peut aussi caractériser tout domaine de l'activité humaine vu comme un concept relationnel. Cette perspective théorique implique d'étudier les points de vue subjectifs des individus en relation avec leur environnement. **(Ibid. P296).**

Les études socioconstructivisme ne cherchent plus déterminer la réalité objective des femmes entrepreneures, mais à comprendre comment le genre est construit par les différents acteurs, dans leur environnement social. Il s'agit alors de comprendre « *comment les ordres Sociaux sont genres et les mécanismes par lesquels cette métrisation est reconstruite* ». **(Ibid. P297).**

2.3 Les caractéristiques d'une femme entrepreneure :

La femme entrepreneure affronte de nombreux défis dans sa vie pour atteindre ses objectifs. Elle a une capacité de leadership spécial à beaucoup de niveaux, parce que son esprit actif et positif la pousse à lutte, en n'ayant pas peur des compromis et en assumant les échecs comme des expériences d'apprentissage : c'est une personne qui, lorsqu'elle tombe se relève et recommence à nouveau, avec plus de force que jamais ; cependant, il y certaines caractéristiques qui la distingue de beaucoup d'autre personnes.

➤ Capacité à communiquer et échanger :

Une femme entrepreneure possède une grande habileté pour communiqué de manière efficace avec les personnes. Elle sait s'exprimer correctement ; mais elle sait également se taire et écouter ce que les autres ont à dire, en se mettant à la place des autres, en étant réceptive à ces idées, de plus elle sait exprimer des critiques, toujours avec un point de vue constructif, en aident les personnes qui sont sous sa responsabilité, dans le cas où elle a un poste à responsabilité et d'autorité, bien que ceci puisse être appliqué dans tous les aspects de sa vie. **(Site : joya.life.fr, les caractéristiques d'une femme entrepreneure, consulté le 14/06/2021).**

➤ Habilités persuasives :

Chapitre02 : Approche conceptuel sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Elle possède d'excellents stratégies en faisant des business plans, de cette façon elle peut atteindre le succès assurément, le pouvoir de persuasive pousse un leader vers l'avant, c'est une caractéristique qui donne de la force aux femmes ; une étude réalisé dans des pays d'Amérique latine et des caraïbes, délégué par le fond multilatéral d'investissements (FOMIN). A observé les profils, défis et besoins des femmes entrepreneures de haute croissance, au la gérante générale de cette organisations Nancy Lee, a assuré que la femme est un moteur important qui encourage l'innovation et la réduction de la brèche entre les sexes. **(Ibid.)**.

➤ Clarté pour affronter et assumer les risques :

La femme entrepreneure est idéaliste et astucieuse, elle est préoccupée par la question de faire de l'argent mais n'est pas obsédée. Elle assumera des risques, mais ces derniers sont calculés, elle analyse l'environnement, crée son produit ou son service, en étudiant la viabilité de ses projets ; en établissant des résultats prévisionnels pour ses activités, c'est pour cela qu'elle ne se lancera pas dans un environnement qui n'est pas sur ; pour autant elle calcule les risques de chaque décision et évite que ces derniers ne soient pas nécessaires. **(Ibid.)**.

➤ Confiance en soi :

C'est une autre caractéristique très particulière qui identifier la femme entrepreneure. Elle aune confiance absolue dans ses projets, elle possède de la sécurité dans sa préparation pour affronter ces responsabilités et aller de l'avant ; c'est quelque chose qui est étroitement lié avec son estime de soi personnelle. **(Ibid.)**.

➤ Persistance et ténacité :

Une femme peut être très modeste, mais à la fois être la plus adhérente, persistante et persévérante, en maintenant sa constance toujours ferme jusqu'à ce qu'elle atteigne tous ses objectifs, avec son engagement et tous ses efforts, le succès exige des sacrifices, la plupart des femmes entrepreneures, commencent en investissement leurs propre économies, avec un grand optimisme ; en s'adaptant aux circonstances et avec une rapide disposition pour s'ajuster aux nouvelles situations. Les femmes entrepreneures n'ont pas seulement cette capacité dans les affaires et dans leur vie professionnelle, avec leur famille et dans n'importe quel environnement dans lequel elles évaluent. Elles propulsent leurs différents plans et projets, motivée par l'opportunité qui se présentent à elles, aussi petites soient elles. **(Ibid.)**.

2.4 Les type des entrepreneures :

Dina Lavoie distingue trois différents types d'entrepreneures :

- L'entrepreneure parrainée : c'est-à-dire celle est conseillée dès le début par un parrain, une marraine en la personne d'un parent, banquier..., qui l'aide à entrer dans son secteur d'activité.
- L'entrepreneure jeune et scolarisée : vue comme une jeune diplômée ayant acquis des connaissances précises en gestion ou dans u autre domaine.
- L'entrepreneure sociale : qui est pour fuir la solitude se lance en affaires, les motifs économiques sont bien peu importants pour elle. (Abderrahmane. S. K, 1997, p19).

Conclusion du chapitre

D'après ce chapitre nous constatons que l'entrepreneuriat féminin constituer une croissance économique, de la création d'entreprise, d'emploi et de développement de la richesse dans tous les domaines. Malgré les obstacles que ces femmes ont rencontrés dans son travail, mais ces femmes restent des porteuses de projets.

Chapitre 03 :

***L'impact des liens sociaux sur la
création des PME en Algérie.***

Préambule

Dans ce chapitre nous allons présenter un aperçu sur les liens sociaux et leurs implications dans le processus de création des entreprises et cela à travers plusieurs explications et notions qui rentre en vigueur dans le processus entrepreneuriale, en se focalisant principalement sur les multiples structures d'aides que ce soit familiales ou environnementales.

1-Les liens sociaux :

1-1 Émergence et évolution des liens sociaux :

En sociologie ; la notion du lien sociale est primordiale pour le déroulement de l'aspect sociétal et cela depuis son émergence entre la fin du 19ème et début du 20ème siècle qui se produit sur les fondements de cette spécialité. Pleins de sociologues ont fait l'accentuation sur cette partie, et cela afin de donner plus de reconnaissances et d'éclaircissements sur ce domaine.

Les liens sociaux forment la toile des relations sociales qui permettent de faire une société. Ils contribuent à l'intégration sociale des individus et c'est à travers eux, qu'exècrent les différents modes de régularisations. (<https://www.college-de-france.fr>, consulté le **20/05/2021**). ».Pour comprendre l'importance de ces liens, il faut d'abord connaitre la façon dont ils ont été créés et comment ils évoluent afin de savoir les multiples difficultés enregistrées durant ce processus. Le processus de modernisation des sociétés, initié à partir de la fin du 18e siècle par les révolutions démocratique et industrielles bouleverse frontalement au cours du siècle suivant l'ordre social traditionnel qui prévalait jusque-là. (**HOBSBAWM. Eric. 1970**).

Plusieurs facteurs ont participé dans le développement de ce contexte, l'ouverture sociale, l'urbanisation, le progrès industriel et surtout l'exode rural qui sont devenues par la suite une source d'amélioration et d'appuie surtout en ce qui concerne le perfectionnement des rapports personnels entres les individus surtout dans les lieux de regroupement qui sont devenues le terrain favorable pour ce genre de renforcement des rapports. Une évolution qui s'est caractérisé par la suite d'une sphère individualiste, une penché sur les intérêts personnels qui à

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME **enquête**

affaiblie dans manière la cohésion sociale indiqué par des conduites et des attitudes compétitives entre ces éléments. Après plusieurs années, les gens commencent à adopter de nouvelles méthodes pour tisser un lien avec l'autrui, cela est due au perfectionnement des outils de communications, des endroits peuplés, croissance démographique énorme remarqué surtout avec l'aire des nouvelles technologies et des réseaux sociaux qui à faciliter les échanges.

1-2 Les liens sociaux et leurs formes :

Le lien social est une notion vitale dans la relation entre les individus, qu'elle soit virtuelle ou réelle. Le sociologue Emile Durkheim le définissait, comme « l'expression du paradoxe entre la tendance à l'individualisme et l'instinct de solidarité organique entre les hommes ». Une interprétation qui détermine parfaitement l'actualité sur le cadre des relations dans le monde dit virtuel ou autrement appelé univers connecté. Dans tous les cas, il conduit les protocoles et les règles qui unissent, de manière consciente ou non, les personnes d'une communauté ou les groupes sociaux. Le lien social désigne la relation entre un individu et « la société », c'est-à-dire l'appartenance à des groupes sociaux. Les liens sociaux sont ainsi des liens familiaux, amicaux, professionnels et de citoyenneté. La rupture de ces liens peut mener à l'exclusion.

Chaque personne doit avoir un ensemble d'entités qui représentent son entourage, cela est une chose importante pour le maintien des liens et leurs élargissements. Connue sous le nom d'un réseau sociale, qui se définit comme « *un ensemble d'acteurs rattaché par une relation, un réseau décrit aussi le système formé par les liens directes et indirectes entre les acteurs. Par relation, on entend une forme d'interaction sociale qui met les acteurs en contact, il peut s'agir des transactions effectuées sur un marché ou des échanges de services entre individus d'un ensemble d'entreprise* ». (STEINER. Ph.1999.p75).

Selon les études de Djilali LIABES sur les entrepreneurs et les entreprises algériennes, il dit que « *l'entrepreneur n'est jamais seul, il est porté par son groupe d'appartenance, famille avant tout puis par concentricité de clientèles et d'allégeance* ». (FERFERA. Y et BELARBI. Y. 2006, P7).

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME enquête

On peut parler du rôle important que porte les liens dans la création des entreprises et cela en débutant de la première source qui est généralement représenté par les rapports nommé liens forts vue leurs représentations pour les entrepreneures surtout ceux qui sont nouveaux dans ce domaine en générale et particulièrement pour les femmes. Cela nous conduit de s'articuler sur les champs existants des liens sociaux et se formes qui les spécifient.

Les groupes sociaux sont différents selon leurs tailles et selon l'intensité des liens entre les individus.

- **Groupes primaires** : groupes de petite taille avec des liens forts.

Groupes relativement stables, dont les membres partagent des objectifs et des intérêts communs, sont soudés par un fort sentiment d'appartenance. Exemples : famille, groupe d'amis, salariés d'une petite entreprise, membres d'une association.

- **Groupes secondaires** : groupes de grande taille avec des liens plus faibles

Groupes au sein desquels les relations entre les membres sont indirectes et peu intenses. L'appartenance peut être limitée dans le temps et ne concerne qu'une partie de la vie de l'individu. L'intérêt individuel prédomine. Exemples : nation, salariés d'une entreprise multinationale, parti politique. (Site:etudiant.lefigaro.fr/article/comment-se-construisent-et-evoluent-les-liens-sociaux, consulté le 06/05/2021).

1-2-1 Les liens forts :

Mark GRANOVETTER à classé les liens interpersonnels en fonction de leurs forces selon quatre critères (la durée de la relation, l'intensité émotionnelle, l'intimité et les services réciproques que se rendent les partenaires). (**DEGENNE. A et FORSE. M, 2004, P127**).

Pour GRANOVETTER (1982, 1995) les liens forts provoquent un approfondissement des relations entre les individus. Les rapports intermédiaires de ces liens incitent le rapprochement et la transition afin de créer des répétitions et de limiter les informations nouvelles. « *Les liens forts ont tendance à créer des zones fermées, à reproduire les mêmes représentations mentales, à fournir de l'information qui se recoupe* ». (**Ibid. p185**).

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME **enquête**

1-2-2 Les liens faibles :

Ils sont plus éloignés du milieu naturel qui entoure l'entreprise, ou le secteur dans lequel ils œuvrent, ils sont constitués de plusieurs entités qui se sont rencontrés de-temps-en-temps ou une seule fois seulement qui constituent des ponts et qui peuvent donner accès à d'autres réseaux pour plus d'information spécifique, et ces liens faibles sont importants pour la pérennité des entreprises. **(Julien. P et autres, 2004, p 186).**

Pour une meilleure illustration de ces deux liens, il faudrait prendre l'exemple de GRANOVETTER dans sa théorie du 1973 qui concerne principalement sur l'effet des rapports sociaux sur la recherche d'emploi. Un agent dénommé A qui cherche un travail en utilisant exclusivement ces liens forts n'aura pas la même chance comme l'agent B qui plus ces liens forts il ajoute aussi les liens faibles en même temps. Non seulement le passage par le réseau est la plus efficace des méthodes, mais ce sont les liens faibles, c'est-à-dire les connaissances éloignées, qui sont les plus efficaces (l'efficacité est généralement mesurée par la rapidité avec laquelle on trouve un emploi et le degré de satisfaction que celui-ci donne, par exemple au travers de son adéquation avec la formation de la personne) Donc l'agent A aura moins d'avantages dans la quête d'un emploi par rapport à son opposants l'agent. **(B. (SALEILLES. S, 2007, P 52).**

Le lien faible plus puissant que le lien fort :

Mark Granovetter, et a trouvé une résonance particulière dans les relations que les individus développent, et fait partie de l'explication du succès des médias sociaux. Selon cette théorie, il convient de distinguer les deux relations d'une personne : la relation qui la relie à sa famille et à ses amis proches, qui constitue un lien fort ; la relation formée par un réseau généralement plus grand et plus éloigné constitue une connexion faible. Sur la base de cette prémisse, l'étude a clairement souligné que par rapport aux relations fortes, les individus bénéficient davantage des relations faibles. Dans le même temps, la même personne sera affectée par les relations à distance, plutôt que par ses proches. Selon GRANOVETTER, « *les liens faibles permettent de construire des ponts locaux entre des individus qui, autrement, resteraient isolés* ».

La force des réseaux sociaux :

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

L'explosion de relations « spontanées » fondées sur des liens faibles provoque aussi un travail collectif et une appartenance à un groupe, qui répond bien à l'instinct clanique qui se dégage de l'approche communautaire. Par conséquent, ce que Granovite appelle la « force des relations faibles » est essentiel au succès des réseaux sociaux et à l'efficacité du flux d'informations, et les communicateurs et les développeurs de plateformes relationnelles ont pu utiliser ces informations. Ces liens sont plus forts parce qu'ils ne sont régis par aucune règle, nous l'avons vu, si ce n'est la tendance instinctive des individus à s'organiser en groupes. Ils sont le moteur de performance de base des relations entre individus qui s'expriment pleinement sur le Web collaboratif. (www.lesiteducontenu.com, consulté le 15 mai 2021)

1-2-3 La déférence entre les liens forts et les liens faibles :

Concernant la déférence entre ces deux notions, on la remarque surtout à la fréquentation habituelle avec les gens avec qui ont des liens forts et cela à travers le temps qu'on passe avec eux contrairement à ceux qu'on a des liens faibles qu'on voit souvent, ajoutant à cela un type de rapports intimes qui sont partagés le plus normalement du monde avec les personnes qu'on a des rapports puissants et ça d'une manière mutuelle et quotidienne par contre, cette densité est faible par rapport aux liens faibles.

Une offre de service est aperçue avec une haute fréquence dans les liens forts que dans les liens faibles et cela est dû à la réciprocité existante entre les compartiments des deux catégories. Aussi il y'a le partage émotionnel qui existe dans les liens forts qui est généralement liée à la fréquentation journalière et la multiplication des relations existantes dans plusieurs aspects de la vie contrairement aux liens faibles dans lesquels on aperçoit une densité émotionnelle faible et qui s'arrête souvent dans des connaissances superficielles de l'autrui.

De ces déférences entre les liens ces derniers, il découle que les réseaux de liens forts prendront généralement des configurations différentes de celles de liens faibles.

Les réseaux de liens forts ont donc tendance à se fermer sur eux-mêmes d'avantages que les réseaux sociaux des liens faibles, qui ont plutôt tendance à s'ouvrir vers l'extérieur. Il en est ainsi de la circulation de l'information entre les proches, d'une part, et les connaissances, d'autre part. Les proches qui se voient fréquemment se transmettront moins d'informations

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME **enquête**

nouvelles que les connaissances, qui se rencontrent moins fréquemment. (LEMEIUX. V et OUIMET. M, 2004, p 44).

1-3 le rôle des liens sociaux dans la création des entreprises :

Le rôle des réseaux sociaux a, très tôt, fait l'objet d'analyses dans le champ de l'entrepreneuriat. Si Aldrich & Zimmer (1986) ont souligné le rôle des réseaux sociaux dans le processus entrepreneurial, Burt (1992) insiste sur le fait que l'entrepreneur est, par nature, à l'intersection de réseaux relationnels non redondants (trous structurels), tandis qu'Aldrich & Waldinger (1990) et Granovetter (1995) soulignent la diversité des réseaux relationnels activés selon la communauté d'appartenance de l'entrepreneur. Dès lors, il est logique que Hoang & Antoncic (2003) fassent état de plus de soixante-dix études appliquant la théorie des réseaux sociaux (TRS) à la compréhension des processus et phénomènes entrepreneuriaux. (CHABAUD. D et CONDOR. R, 2006, p2).

Les analystes se sont depuis intéressés à l'estimation de l'impact du recours aux liens forts ou aux liens faibles dans la réussite du projet (Davidsson&Honig, 2003, Greve, 1995), voire à la dynamique du recours aux réseaux sociaux dans le projet entrepreneurial ou la jeune entreprise (Hite&Hesterly, 2001). D'après ces recherches, l'entrepreneur s'appuierait sur des liens de nature différente (forts vs. Faibles) selon l'état d'avancement de son projet (Larson & Starr, 1993), ou selon le stade de développement de son entreprise (Hite&Hesterly, 2001, Johannisson, 1996). Ainsi, le mythe schumpétérien de l'entrepreneur isolé est-il remis en question, du fait que l'entrepreneur n'est pas omniscient mais s'appuie sur ses réseaux sociaux pour développer son projet. (Chabaud & Ngijol, 2005). (BOUCHIKHI, 2004, p 47).

« Comme alternative à des modèles sous-socialisés ou sursocialisés de l'entrepreneuriat, nous proposons une perspective qui voit l'entrepreneuriat comme encadré dans des réseaux de relations sociales continues » (Aldrich & Zimmer, 1986, p8). Donc pour comprendre cet aspect il faut savoir que chaque personne à travers ses contacts que ce soit forts ou faibles peut les exploiter pour une meilleure performance dans le domaine entrepreneurial, cela passe par l'apport qu'il peut concevoir dans le processus de création de son projet durant les débuts surtout, ces aides peuvent être moreaux, financières et mêmes administratifs et c'est à cette étape là qu'on distingue cette importance.

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

Pour un meilleur éclaircissement, le rôle de ces liens se voit à travers l'accélération du processus de création à travers des gens intermédiaires qui peuvent donner de l'aide grâce à leurs connaissances, surtout auprès des organismes d'aide. Aussi la circulation des produits et de l'information surtout avec l'aire des nouvelles technologies qui facilitent la transmission dans peu de temps, aussi un accompagnement avant, pendant et après la création d'entreprise pour une meilleure prestation et continuation.

1.4 Le réseau personnel et son évolution dans l'entrepreneuriat :

Butler et Hansen (1991) ont identifié 3 phases de l'évolution du réseau personnel en entrepreneuriat.

- **La 1ere phase :** avant la création de l'entreprise (entrepreneuriale phase) :

Le réseau social de créateur joue un rôle très important en fournissant des ressources et des informations utiles à l'identification de l'opportunité, pendant cette phase, commence à apparaitre un réseau plus professionnel qui comprend les individus et organisations en mesure de répondre aux besoins immédiats de l'entreprise en création, le réseau sociale continue à fournir des informations utiles à l'identification de nouvelles opportunités et constitue une sorte de « stock » de relations dans lequel l'entrepreneur va pouvoir puiser pour former le réseau professionnel.

- **La 2eme phase :** durant la phase de démarrage de l'entreprise (business startup phase) :

Le réseau professionnel est en effet hybride, il comprend à la fois des individus issus du réseau social préexistant et de nouveaux individus et organisations avec qui l'entrepreneur entretien des liens professionnels (fournisseurs, clients, apporteurs des capitaux...etc.).

- **La 3eme phase :** après la création : (engouing business phase) :

Ce réseau professionnel évolue vers un réseau stratégique, les liens avec certains du réseau professionnel pouvant évoluer vers le partage d'actif (comme des connaissances techniques ou la réputation). (Butler et Hansen, IN SALEILLES.S, 2007, p73-78).

2- La création des entreprises :

La création d'entreprise est un phénomène complexe et hétérogène. Créer une entreprise est un acte à la fois banal et extraordinaire, au sens étymologique. L'acte est banal car il n'y a rien de plus simple aujourd'hui, contrairement à ce qu'on entend parfois, de faire enregistrer son entreprise au centre de formalités d'entreprise d'une chambre de commerce et d'industrie. L'acte est extraordinaire, car il place, souvent les individus dans des situations nouvelles pour eux et pour lesquelles ils n'ont pas ou peu d'expérience. L'acte de création suit des trajectoires variées .il n'y a pas un parcours qui ressemble à un autre. On peut créer par choix, avec une intention qui s'est formée et développée au fil du temps, après avoir évalué l'ensemble des alternatives. On peut aussi créer une entreprise par hasard, sans s'être vraiment posé la question, sans véritable anticipation et préparation. On peut être entraîné dans une création un peu malgré soi, en suivant une logique qu'on ne saisit pas tout de suite ou qu'on ne comprend pas. On peut, enfin créer une entreprise par nécessité, par ce que c'est la seule façon de retrouver un emploi et de se réinsérer socialement. (FAYOLLE. A, 2004, p109).

2.1 Les types de création d'entreprises :

➤ La création ex –nihilo :

Créer une entreprise quand rien n'existe n'est certainement pas la situation la plus facile, il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les acheteurs et ce, d'autant plus, que le degré d'innovation sera élevé. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. (FAYOLLE. A, 2004, p 64).

➤ La création par essaimage :

Créer une entreprise quand on est encore salarié de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent êtres variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle. (Ibid. P64).

➤ La création en franchise :

Elle met en relation un franchiseur, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un franchisé, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule, autour d'un concept, qui a déjà été utilisée ailleurs. Ce type de création consiste, d'une certaine façon, à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement payant de la part du franchiseur. (FAYOLLE. A, 2004, p65).

➤ La création de filiale :

L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie un projet de nature entrepreneuriale. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celle d'un cadre ou d'un dirigeant. (Ibid. P65).

➤ La création d'activité nouvelle :

Ce cas est assez proche du précédent. Tout se passe dans une organisation existante avec les avantages et les inconvénients liés à ce positionnement. Très fréquemment, ce type de situation fait davantage appel à des qualités et des compétences utiles pour innover. (Ibid. P65).

2.2 Les types d'entreprises créées par les femmes :

Généralement les femmes penchent dans la création des entreprises vers des secteurs bien définies auparavant par l'aspect informel et cela afin de créer un mode de production propre au pays du tiers monde.

Ces entreprises varient en fonction du type de région où vivent les femmes. En milieu urbain où œuvrent les femmes à en croire GAGEY, les « sous-métiers » notamment les cireurs des

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

chaussures, les chanteurs des rues, les vendeurs des cigarettes, les pâtisseries, les couturières, etc.... Ce sont ces derniers qui vont attirer notre attention au fil de cette étude. (**GAGEY.F, 1985, P308**)

Dans les zones rurales, les femmes créent davantage d'entreprises tournées vers les sections suivantes :

- **Activités agricoles** : maraîchages, transformation de produits agricoles.
- **Activités commerciales** : vente de produits alimentaires à coût réduit (cacahuètes, beignets, crèmes glacées, jus de fruits locaux, légumes, produits halieutiques, poissons friandises, plats cuisines, condiments...), revente de produits manufacturés (alimentation, friperie, tissus, cosmétiques, chaussures, tannerie, maroquinerie, ustensiles de cuisine, ...), exploitation et vente de sel.
- **Restauration** : employées de maison (cuisinière, lingère, etc....)
- **Autres activités** : les femmes investissent également dans des secteurs jusque-là dominés par les hommes, comme la quincaillerie, le bâtiment.
- **Activités artisanales** : poterie, teinturerie, maroquinerie, ateliers de couture et de broderie, salons de coiffure, etc. (**GAGEY.F, 1985, P309**)

2.3 Un processus de création :

Pour les individus qui veulent incorporer le domaine entrepreneurial doivent passer par quelques marches essentielles qui leurs permettent de fonder et de réaliser leurs projets, cela passe par un ensemble de mécanismes à suivre qui sont présenté par quatre étapes citées par Alain FAYOLLE.

A. Evaluation de l'opportunité de création d'entreprise :

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale le plus précisément possible : que veut-on vendre ? À qui veut-on vendre ? Quelle valeur cela peut-il apporter ? Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet.

Dans cette étape, les compétences clés du créateur sont les suivantes :

- Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une « bonne » opportunité de création ;
- Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante ;
- Savoir sélectionner les opportunités qui sauront résister à l'usure du temps et à la compétition. De telles opportunités permettent de disposer d'avantages concurrentiels durables ;
- L'analyse de situation et l'approche globale constituent des outils très efficaces pour réaliser ce travail d'évaluation.

B. Conception et formulation du projet de création :

Après avoir identifié l'opportunité et défini les grandes lignes du projet, il faut tout mettre en œuvre pour faire de l'opportunité une activité économiquement rentable. De jouable et réaliste, le projet doit se déplacer vers la position de réalisable.

A cette phase, chacune de ces études : l'étude de marché, l'étude industrielle, l'étude financière et l'étude juridique doivent être conduites ; pour permettre de répondre aux nombreuses questions qui se posent et d'apporter de la matière à l'élaboration de l'offre, de la stratégie et du plan d'affaires ou business plan. Ces études permettent également de positionner le projet, de le dimensionner et de formaliser une stratégie pertinente.

Les points clés dans cette étape sont :

- Rechercher la meilleure adéquation possible créateur/projet de création et entrepreneur/ situation future ;
- Être lucide, réaliste et pragmatique ;
- Rechercher les cohérences, les complémentarités et les complémentarités à tous les niveaux et entre acteurs clés ;
- Être clair sur la stratégie et en particulier le bénéfice pour le client ;
- Rechercher des avantages concurrentiels durables.

C. Montage juridique et financement du projet :

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

Le montage juridique consiste à choisir une structure juridique, et de sécuriser les relations avec les tiers (salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants). La maîtrise des techniques de protection et de valorisation-négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels est souhaitable lorsqu'il s'agit d'une création d'entreprise innovante.

Le créateur doit parfaitement maîtriser son projet et être capable de répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers éventuels. Les investisseurs seront différents selon la nature et la phase du projet.

D. Lancement des activités :

Le lancement des activités démarre avec la mise en ordre de marche de l'entreprise. Pour cela, il est indispensable que tous les engagements pris par le créateur et ses partenaires soient concrétisés. A partir de là, les activités, commerciales, industrielles et logistiques peuvent démarrer.

Aller droit à l'essentiel, avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs, bien utiliser ses ressources et l'ajustement de la stratégie sont les points clés pour réussir le lancement des activités. (FAYOLLE. A, 2004, p 118-121).

2.4 Les dispositifs d'aide à la création :

Depuis la fin des années 1980, tous les gouvernements algériens ont compris que le secteur public seul ne peut répondre aux besoins économiques et sociaux grandissant du pays, par conséquent, le recours au secteur privé est une nécessité absolue. Et c'est dans ce contexte de transition, d'une économie dirigée vers une économie de marché, que la PME s'est imposée, par sa diversité, sa flexibilité et sa capacité à créer des emplois comme une entité susceptible de compenser le déficit de la grande entreprise nationale. Les pouvoirs publics ont créé toute une série d'institutions et d'organismes chargés de promouvoir la PME (Ministère de la PME, Fonds de garantie ...) et une batterie de programmes et de mesures incitatives pour développer cette frange d'entreprise a été engagée, dans le cadre d'une politique globale de promotion de la PME algérienne, entamée depuis le début des années 1990. (KENNOUCHE. S et CHABI. T, 2017, p 13).

➤ **L'ANDI**

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale. Deux régimes d'avantages sont prévus : Le régime général s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones à développer ; Le régime dérogatoire s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat. L'ANDI est présente dans toutes les wilayas du pays à travers les « guichets uniques décentralisés » dont les coordonnées sont données en annexes.

➤ CNAC :

La caisse nationale d'assurance chômage. Prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservé aux chômeurs promoteurs de 30 -50 ans, ayant perdu leur emploi pour des raisons économiques. Le coût maximum est de 10 millions de dinars. Les services assurés aux promoteurs par le dispositif intègrent, à la fois,

- L'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de Business Plan.
- Bonification des intérêts bancaires.
- Avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation) ;
- Coaching et formation à la gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise ;
- Validation des Acquis Professionnels (V.A.P).

C'est une mesure mise en œuvre en partenariat avec le Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnel, elle vise à évaluer et à valoriser l'expérience professionnelle des futurs promoteurs en situation d'absence de justificatif de qualification (certificat de qualification, diplôme ou certificat de travail). Cette opération est prise en charge financièrement par la CNAC.

➤ ANSEJ

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME enquête

Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes, institution publique créée en 1996 chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprise Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprise.

Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création de lancement et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 Millions de dinars. Il est construit principalement autour des mesures d'aide suivantes :

- Assistance et encadrement.
- Aides financières.
- Assistance à l'obtention du financement.
- Coaching et formation à la gestion.

➤ ANGEM

Agence Nationale de Gestion du Micro-Crédit, développe un dispositif (le micro-crédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité. Le Micro-Crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier. Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.

- **Le crédit « achat de matière première » :**

Le dispositif prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au micro-crédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100 000 DA.

- **Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements » :**

Le coût maximum de l'investissement est fixé à 1 million de dinars. (**Site du ministère de l'industrie, consulté le 14 juin 2021**).

2.5 Les facteurs motivants à la création :

Définition de la motivation :

Steers et Porter soutiennent que la motivation est définie comme : « *ce qui stimule le comportement humain : ce sont les forces énergétiques qui, chez les individus, les poussent à se comporter de certaines manières et les forces environnementales qui souvent déclenchent ces conduites* ». (MAUGERI. S, 2013, p13).

Selon Vallerand et Thill (1993) : « *la motivation représente le construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et/ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement* ». (FENOUILLET. F, 2012, p19).

La motivation dans le cadre entrepreneurial traduit les liens entre l'activation de l'énergie interne et son orientation vers la création d'une entreprise. Pour chaque personne ses rêves et ses objectifs qu'il souhaite les réaliser dans sa vie personnelle et même professionnelle. Avoir l'intention d'incorporer le domaine entrepreneurial passe par plusieurs processus, ce qui va permettre d'identifier les facteurs qui motivent les individus de prendre cet engagement. L'intention entrepreneuriale est définie selon Crant (1996) par « *les jugements de l'individu sur la probabilité de créer sa propre entreprise* », les intentions traduisent des motivations et des tensions psychologiques qui s'orientent vers des actions qui visent la création ou de reprendre une entreprise. (BELATTAF.M et NASROUN.N, 2013, p85).

2.5.1 Facteurs psychologiques :

Plusieurs études sur l'entrepreneuriat naissants (Menziers et al, 2002) confirment la dimension psychologique dans le processus de création des entreprises, cela nous conduits à reconnaître certains besoins tels que :

2.5.1.a Besoin d'indépendance :

Le désir d'autonomie est l'élément stimulant de cette démarche et elle est présentée comme l'une des caractéristiques majeures pour ces entrepreneurs, ce désir d'être le patron

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME enquête

indépendant, « *leurs indépendances est la chose la plus désirable au monde* » (Sweeney, 1982). (Ibid. P85).

2.5.1.b Besoin d'accomplissement :

Plusieurs auteurs font l'accomplissement comme une source de motivation dominante (Fayolle, 2003, p62), un besoin qui conduit la volonté d'une nouvelle création résultante d'utilisation de certaines acquisitions en matière de connaissances afin de démontrer sa valeur, son existence et essayer de faire mieux que les autres. (BELATTAF.M et NASROUN.N, 2013, P86).

2.5.1.c La prise de risque :

Tout investissement correspond à une prise de risque. Le risque est vu comme le risque de perdre, ce qui n'est pas sans conséquences sur le capital et sur le moral de l'entrepreneur. Quatre types de risques sont encourus par les créateurs d'entreprises : le risque financier, le risque de carrière, le risque familial et le risque psychique. (BERBER. N, 2014).

2.5.2 Facteurs socioculturels :

Ce sont des éléments qui sont connues à travers l'entourage et le milieu que l'entrepreneur prend comme références qui peuvent influencer son choix d'entreprendre un parcours entrepreneurial.

2.5.2.à L'âge :

L'âge du fondateur ou il est intéressé à lancer un projet entre en jeu, des gens de différentes âges se lancent en affaires, les plus jeunes manquent souvent d'expériences, de contacts et de financements, les plus âgés eux ont des contraintes familiales et professionnelles, une étude faite sur les entrepreneurs naissant au Canada dont ils ont observés que 57% de ceux qui ont entre 25 et 44 ans et qui possèdent jusqu'à dix ans d'expérience dans le domaine indique que certaines personnes ont plus de probabilités de créer des entreprises que d'autres. (GASSE. Y, 2003).

2.5.2.b La famille et les proches

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

Pour certains économistes, la profession des parents est déterminante dans la vie des entrepreneurs, selon GASSE Yvon, le jeune grandissant dans ce genre de famille ou d'entourage, considère ses parents ou ses proches comme des modèles à imiter.

2.5.2.c L'éducation :

Le système éducatif permet de sensibiliser les étudiants, de valoriser l'image de l'entrepreneuriat et apporte les connaissances et les compétences qui aident les individus à prendre les bonnes décisions, une élaboration des projets solides et une création des entreprises dotées d'un potentiel important de croissance. (FAYOLLE. A, 2003).

2.5.3 Facteurs économiques :

Les facteurs économiques sont les ressources informationnelles, humaines, cognitives, technologiques, financières et matérielles, ce sont les ressources auxquelles doit accéder l'entrepreneur afin de créer son entreprise. Ils occupent une position primordiale dans la démarche entrepreneuriale.

L'existence de certains réseaux personnels et professionnels peuvent être établis comme des éléments déclencheurs qui permettent de gagner du temps et de l'efficacité face à la complexité des situations et à la multiplication des démarches et procédures. Ce qui justifie le dicton d'Alain FAYOLLE (2003, p67) « *ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez* ». (BELLATTAF. M et NASROUN. N, 20013, p88)

2.5.3.a Les ressources humaines:

La présence d'une main-d'œuvre qualifiée dans la zone d'implantation favorise l'entrepreneuriat. Une région où la main-d'œuvre est bon marché, voit forcément son taux de création d'entreprise s'accroître.

2.5.3.b Les ressources financières :

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME **enquête**

La disposition d'un capital financier de départ encourage l'entrepreneuriat ; ainsi, un entrepreneur ne disposant pas des moyens financiers nécessaires rencontrera plusieurs difficultés.

2.5.3.c Accessibilité au marché :

L'existence de marchés ouverts influence positivement la création d'entreprise. Cependant, il existe d'autres marchés qui rendent l'implantation d'une nouvelle entreprise quasiment impossible, tels les marchés ouverts mais encombrés et les marchés fermés ou très réglementés. (BELLATTAF. M et NASROUN. N, 2013, p87-88).

Conclusion

A la fin de cette partie, on peut identifier l'importance du milieu social et familial dans l'émergence du processus entrepreneuriale, cela par rapport à l'aide que peut donner un lien dans la motivation, l'accélération et le développement des entreprises à travers plusieurs facette et qui peuvent même engendrer des résultats meilleurs. En plus de ça le rôle que jouent les normes et les valeurs dans l'innovation et la créativité et même dans le coté économique

3-L'entrepreneuriat féminin et la création des PME en Algérie :

3-1Aperçue historique des PME en Algérie :

➤ La première période de 1962-1982 :

Juste après l'indépendance, les entreprises ont été confiées à des entreprises de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers, et furent intégrées dans de sociétés nationales, à partir de 1967. Cette période, a été caractérisée par l'adoption d'une économie planifiée, et d'une industrie basée sur la fabrication des biens d'équipements, et des produits intermédiaires. En 1963, le premier code d'investissement a été promulgué, ce code n'a pas accompli des résultats attendus pour développer le secteur des PME. Suite à cet échec, un autre code d'investissement a été promulgué en date du 15/09/1966 afin de donner un rôle plus important au secteur privé, également il a donné naissance à la commission nationale des investissements (CNI), un organisme qui délivre des agréments pour tout investisseur, et entrepreneur privé.

La PME/PMI à réellement démarrer à partir de premier plan quadriennal (1970-1973). Cette période correspond à la phase de rodage de l'appareil de planification, et à une phase d'accumulation étatique, avec le lancement de tous les projets industriels, poursuivis d'un deuxième plan quadriennal (1974-1978) ; durant toute cette période, le développement de la PME a été exclusivement par le secteur public dont les objectifs constituent à assurer un équilibre régional. C'est ainsi un total de 594 PME a été réalisé durant cette période. **(GHARBI, S, 2011, P05-06).**

➤ La période 1982-1988 :

Cette période est caractérisée par la promulgation des nouveaux cadres législatifs et réglementaires relatifs à l'investissement privé comme les deux plans quinquennaux (1980-1984 et 1985-1989), et la loi du 21/08/1982 qui ont dicté un ensemble de mesures telles que :

- L'accès aux autorisations globales d'importations (AGI).
- Un système d'importations sans paiement.
- Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières.

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

Ces mesures d'aide ont abouti à la réalisation de plus de 775 projets de PME, quoi que cette période se caractérisait par certains obstacles aux secteurs, a signalé :

- L'interdiction de posséder plusieurs investissements par un seul entrepreneur.
- Les montants investis ne doivent pas dépasser les 30 millions de dinars pour une société de responsabilité limitée (SARL).
- Le financement par les banques ne doit pas dépasser 30% du montant total de l'investissement.

➤ **La troisième période 1988 à nos jours :**

L'assouplissement de la législation a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19/07/1988, qui a libéré le plafond de l'investissement privé, De ce fait le nombre des PME/PMI privées est passé à 19843 entreprises. Puis avec le décret n°91-37 de la 19/02/1991 portant libération du commerce extérieur, le nombre d'entreprises privées a atteint 22382 entreprises en 1992.

Le bilan de la mise en œuvre du code de 1993 a été mitigé, ce qui a porté les autorités à promulguer en 2001 l'ordonnance N° 01/03 du 20/08/2001 relative au développement, et la loi d'orientation sur la promotion des PME (loi N° 01/18 du 12/12/2001). Cette démarche fixe des mesures de facilitations administratives dans la phase de création de l'entreprise, ainsi que la création d'un Fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME/PMI. Et grâce au plusieurs autres acteurs et programmes qui sont impliqués dans sa création et son développement comme le Ministère de la PME, le Conseil National de l'Investissement, la création de l'ANDI en 2001, ANGEM en 2003, L'agence nationale de développement de la PME en 2005. (GHARBI, S, 2011, P 06-07).

3.2 Quelques statistiques sur l'entrepreneuriat en Algérie :

Selon les dernières statistiques de l'Association des femmes chefs d'entreprise Savoir et vouloir entreprendre (SEVE), notre pays comptait, en 2018, environ 150 000 femmes chef d'entreprise hors professions libérales et activités agricoles sur un total de plus de 1,96 million de chefs d'entreprise, soit 7,6% de la population d'affaires. La création d'entreprises par les femmes en Algérie aurait progressé de 25% au cours de ces cinq dernières années. Aussi, un bond de 16% par rapport à 2015 et 23% par rapport à 2012. Plus de 13% de ces

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME enquête

femmes seraient à la tête de PME et PMI. Or, en réalité, ce taux ne saurait dépasser les 3%. (Site : [El Watan.com](http://ElWatan.com), consulté le 24/06/2021).

D'après un communiqué dévoilé le 10 novembre 2020 par le ministère de commerce indiquant le nombre de nouvelles entreprises inscrites au niveau du CNRC qui s'élève à 241892 dont 107967 nouvelles entreprises a-t-on peut rapporter de la même source. (Site : dzairdaily.com, consulté le 24/06/2021).

Durant l'année 2018, on enregistre un chiffre de 1141863 PME existante dans le pays, puis un développement durant l'année qui suit en accroissement net total de 51476, ce qui donne un chiffre total de 1193339 des PME en 2019 avec une évolution de 4.5%. (**Bulletin PME, 2019, p13**).

2.1. Dispositif d'aide ANGEM :

Les dispositifs d'appuis à la création des entreprises sont présents dans le financement de certains projets en Algérie, et cela qui facilite l'accès à une catégorie de gens de lancer leurs activités. L'ANGEM dans son bilan cumulé du 31 mars 2021 indique les répartitions des crédits octroyés selon le genre et le nombre

On remarque une forte concentration des crédits sont destinés aux femmes ce qui nous donne une présence de cette gente qui se situe autour de 601032 crédits (63.63%) de la totalité des crédits octroyés par l'ANGEM contre 343526 (36.37%) pour les hommes et qui donne un total de 944558 crédits octroyés. (Site : angem.dz, consulté le 27/06/2021).

On ce qui concerne les secteurs d'activités, le domaine artisanal est classé troisième avec un nombre de 166061 représentants (17.58%) des projets, succédé par les TPI en première position avec 375499 (39.75%) projets et en deuxième position on trouve le domaine des services qui représente 186840 crédits (19.78%). (**Ibid.**).

Donc le domaine artisanal est parmi les secteurs les plus financés par ce dispositif vu son ampleur et là l'apport que donne ce genre d'activité en termes de travail et de création des entreprises plus la valeur économique importante surtout dans création des postes de travail et les revenus financiers.

2.2. Dispositif d'aide ANSEJ :

En ce qui concerne le dispositif d'aide ANSEJ, le nombre de projets financés depuis la création est de 385166 projets, le domaine artisanales est en deuxième positions après l'agriculture avec un chiffre de 43130 projets financés qui représente 11% du total dont 7337 pour les femmes avec une part de 17%. **(Bulletin PME, 2019, p27).**

Une part importante des financements est donc destinée aux projets de nature artisanale ce qui explique l'engagement de cette institution envers l'aide dans le lancement des projets qui peuvent rafraichir l'économie du pays et pousser encore plus les femmes vers le domaine entrepreneuriale et de mener leurs carrières professionnelles.

2.3. Dispositif d'aide CNAC :

Selon les derniers chiffres communiqués dans le bilan cumulé du 31/12/2019, le CNAC enregistre un chiffre équivalant à 150278 projets financés ce qui a conduit vers la création de 317194 postes d'emplois. La femme est présente en force dans ces projets ce qui explique le nombre de projets qui est de 14383 dont un taux de 22.6% ce qui résulte le nombre de postes d'emplois créés qui indiquent 37553 du total dans la deuxième position après les professions libérales qui représente 1228 (47.7%). **(Ibid. P27).**

Donc on comprend que l'entrepreneuriat féminin est parmi les projets qu'on accorde des aides afin de créer des entreprises et des postes d'emplois qui peuvent être des solutions d'avenir pour les femmes en particulier et le pays d'une façon générale.

Pour donner une synthèse générale, on peut dire que le rôle des dispositifs d'aide à la création des entreprises est vraiment primordial. Ce qui nous pousse à dire que ces données montre l'importance de l'entrepreneuriat féminin c'est pour cela on donne des aides beaucoup plus pour le sexe féminin que pour le sexe masculin tout dépend aussi de la nature des projets qu'on finance.

Aussi sans négliger la volonté des femmes qui ont des projets et qui vont demander cet aide ce qui explique que la femme donne de valeur à ses objectifs que ce soit personnels ou professionnels en procédant à ce genre de programme afin de bénéficier d'une certaine poussé

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

qui peut les rendrais des femmes entrepreneures malgré les obstacles qui peuvent rencontrer durant cette démarche, ainsi la difficulté de la procédure administrative dans le contexte algériens qui freins un petit peut ce genre d'initiatives surtout pour le sexe féminins malgré le développement et l'existence des lois et des décrets qui facilitent ce genre d'opérations.

3.3 Les facteurs de réussite de l'entrepreneuriat féminin :

Depuis quelques années, l'entrepreneuriat féminin séduit de plus en plus d'auteurs et d'économistes. Ce phénomène relié au développement socio-économique, politique et culturel des sociétés est aujourd'hui d'actualité au vu des permutations sociales et des avancements des cultures. D'ailleurs actuellement, la femme reprend sa position d'acteur réel et incontournable dans l'évolution des pays. De par sa capacité à prendre des initiatives, à entreprendre des actions économiques et à miser sur des business rentables, elle a pu démontrer sa contribution réussie au même titre que l'homme. (Site : i-progress.ma, **Entrepreneuriat au féminin : facteurs clés de succès, 2019**).

➤ Développer sa conscience de soi et sa connaissance de soi :

La connaissance de soi est l'un des terrains les plus favorables à la définition d'objectifs et à la réalisation personnel. Il est question de développer sa capacité à s'auto-évaluer objectivement. Ce qui est une première étape dans la connaissance de soi et un levier de la confiance en soi, compétence fondamentale pour l'entrepreneuriat. Via cette dernière, la femme est capable d'entreprendre des affaires, de gérer son temps et ses activités de la manière qu'elle veut. Ce qui représente une des principales sources de motivation des femmes entrepreneurs. (**Ibid.**).

➤ Renforcer sa persévérance :

La femme entrepreneur a besoin de stimuler sa motivation et de renforcer sa persévérance et sa détermination. C'est un facteur nécessaire et fondamental à la réussite de l'entrepreneur. Il s'agit de se connecter à soi-même et à son désir en précisant un sens à son action. A travers la confiance en soi et la foi en ses compétences, la volonté est activée et l'énergie est stimulée. Nous rappelons que s'imprégner de la vie des succès-stories et des personnes positives autour de soi est une condition majeure à la réussite de l'entrepreneuriat. Elle permet de développer sa créativité, d'aiguiser sa propre force et son pouvoir de décision. (**Ibid.**).

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

➤ **Stimuler son ambition :**

Diriger son entreprise est une affaire délicate. Elle repose sur une vision stratégique et objective de son équipe et de son avenir. Pour évoluer vers la posture d'entrepreneur, la femme chef d'entreprise a développé son leadership et a construit sa vie autour de ses activités et de ses perspectives d'évolution. Elle ne se limite ni de par son âge, sa maternité, sa peur ou encore son entourage. Sa décision est fortement influencée par son objectif et sa projection future. **(Ibid.)**

➤ **Saisir son intelligence situationnelle et créer les opportunités :**

La réussite d'une femme entrepreneure dépend de sa capacité à observer les actes et caractéristiques de son entourage et à utiliser les éléments permettant son évolution et celle des autres. Il s'agit d'anticiper et de stimuler sa proactivité de manière à détecter les possibilités d'amélioration et les opportunités du marché pour activer le développement du projet et le renforcement de la synergie avec l'équipe. **(Ibid.)**.

➤ **Activer sa créativité et balayer l'autocensure :**

Un entrepreneur a besoin de libérer sa créativité pour permettre aux possibilités de se clarifier et d'utiliser tout son potentiel. Cette faculté passe à travers l'élimination de tous les freins et les blocages où l'être humain peut se cloîtrer. Une femme entrepreneur doit être capable de développer ses idées et ses solutions créatives pour installer sa force et renforcer la reconnaissance qu'elle s'accorde. **(Ibid.)**.

Nous rappelons que la relation à l'échec est également soit un stimulant soit un frein au développement de l'entrepreneuriat au féminin.

➤ **S'affirmer et Défendre ses idées :**

Être entrepreneur repose sur la clairvoyance par rapport aux objectifs, mais également sur l'expression et l'affirmation de soi. La femme entrepreneure est supposée être une personne

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME

enquête

qui sait ce qu'elle veut, exprime ses idées et les défend. C'est elle qui représente son activité et son projet. Sa voix et son affirmation de soi reflète une image de force à son projet et à son business.

Sa capacité à faire face aux stéréotypes est cruciale. Souvent, la femme entrepreneur est taxée de masculine et le leadership propre à l'homme. La mission de la femme aujourd'hui dépasse sa réussite dans son business pour aller vers le changement de l'image que la société peut avoir de l'entrepreneur et la typologie qu'elle attribue à cette posture. De par ses qualifications, ses comportements, sa posture, elle permettra de neutraliser les stéréotypes sur le leadership et sa posture. **(Ibid.)**.

➤ Concilier vie privée / vie professionnelle :

Dans notre société où « tradition et modernité se côtoient quotidiennement », il est essentiel de noter que le travail des femmes est conditionné par des principes les obligeant à assumer les responsabilités du foyer. Pour les entrepreneuses marocaines et de façon générale celles issues des pays en voie de développement, la règle est la conciliation entre le travail et la famille. Elles sont souvent actives à la suite de négociation pour être présentes sur les deux sphères. La femme entrepreneur crée l'équilibre entre sa vie professionnelle et sa vie personnelle. **(Ibid.)**.

➤ Développer sa capacité à négocier

De par sa nature, la femme est souvent médiatrice dans les conflits ou en état de tensions. Être capable de négocier est également requis pour un chef d'entreprise. Il s'agit non seulement de négocier les marchés avec ses clients mais également de renforcer sa position auprès de ses partenaires et d'activer son leadership.

L'ensemble de ses facteurs sont fortement inhérents à la personne et la femme est tenue de les développer et de s'entraîner dessus pour réussir son entrepreneuriat. C'est certain que le

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME enquête

travail intérieur est capital. Mais il est primordial d'investir les ressources utiles pour encourager l'entrepreneuriat féminin. (**Ibid.**).

3.4 Les obstacles rencontrés dans la création de l'entreprise :

Selon plusieurs recherches académiques, la motivation pour entreprendre est le résultat de la recherche d'une certaine autonomie : posséder sa propre entreprise, réaliser un rêve ou disposer de sa propre source de revenus ont été les raisons exprimées par les femmes participantes aux groupes de discussion pour entreprendre. En général les femmes ont parlé de l'excessive bureaucratie pour les affaires et des lenteurs dans le traitement des dossiers, ce qui propre au contexte algérien mais qui peut impacter de manière plus aigüe les femmes dû à leur plus grande pénurie de temps et responsabilités familiales. Elles ont aussi identifié plusieurs obstacles et contraintes lors de leurs parcours entrepreneurial : l'absence de soutien et d'accompagnement spécifique et adapté, l'accès aux marchés et à l'information, l'accès au financement et finalement des contraintes sociales et culturelles. (**DEYAH. M. A, 2017, p 09**).

Les femmes entrepreneures ressentent de fortes contraintes lors de la création et le développement de leurs entreprises. Ces contraintes sont différemment vécues par les femmes selon les secteurs d'activité et la taille de l'entreprise. Les difficultés sont accentuées notamment lorsqu'il s'agit des marchés concurrentiels et du secteur de l'artisanat. Lors des groupes de discussions, les femmes ont soulevé particulièrement les obstacles suivants :

➤ L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets

Les femmes entrepreneures ont relevé l'absence d'un accompagnement et de suivi une fois l'entreprise est née. Il s'agit de services tels que le conseil spécialisé, des actions de formation, de coaching, ou d'appui par des paires. Cet accompagnement est très faible et lorsqu'il est offert, la prestation n'est pas adaptée aux besoins des femmes. Les femmes proposent de renforcer les relations entre les associations d'entrepreneurs et les dispositifs publics et/ou des consultants afin de fournir de services de qualité dans le marché. La majorité

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME enquête

des femmes qui ont participé à des groupes de discussion seraient même prêtes à payer si le service répondait à leurs besoins. **(Ibid. P11).**

➤ **Accès au marché, et à l'information :**

Les femmes entrepreneures ont soulevé l'insuffisance de l'accompagnement dans l'accès au marché et les difficultés liés à la recherche d'information. Il est facile de créer son entreprise mais l'analyse et l'accès aux marchés reste très difficile pour les femmes entrepreneures algériennes. L'absence des données, la méconnaissance du système administratif ou la difficulté d'obtenir des informations fiables supposent des contraintes majeures pour l'accès et le développement des entreprises des femmes. Certaines entrepreneures ont relevé l'existence de pratiques discriminatoires à l'égard des femmes, le sentiment d'être écarté des soumissions de marché par des pratiques déloyales, faites par les entrepreneurs de sexe masculin. **(Ibid. P12).**

➤ **L'accès au foncier :**

D'une façon générale, toutes les femmes entrepreneures ont souligné les difficultés d'accès au foncier dans les zones d'activité. Certaines entrepreneures reprochent à l'administration de ne pas accorder un intérêt particulier à leurs projets sous prétexte qu'ils sont de petite taille. Cette Exclusion fragilise leurs activités et réduit les opportunités de croissance. **(Ibid. P12)**

➤ **L'accès au financement :**

Nombreuses sont les entrepreneures ayant déclaré avoir lancé leur entreprise à partir d'un capital initial personnel, souvent très réduit (économies personnelles). Les dispositifs publics créés pour répondre aux problèmes du chômage (ANSEJ, CNAC) ont que 10% de leurs bénéficiaires, femmes. Certaines femmes participantes déclarent que ces dispositifs ne sont pas adaptés au profil de la femme entrepreneure algérienne, qui souvent se lance dans l'entrepreneuriat après avoir acquis une certaine expérience professionnelle et comme moyen pour mieux concilier leur vie personnelle (naissance et éducation des enfants) avec leurs aspirations professionnelles. La condition d'être au chômage lié aux délais et retards dans le

Chapitre03 : Les liens sociaux et leurs impacts sur la création des PME enquête

traitement des dossiers semble être une mesure décourageante pour les femmes. Elles estiment aussi que les banques ne sont pas attentives aux contraintes des promotrices et ne les soutiennent pas en développant des outils financiers adaptés à leurs besoins et réalités. (**Ibid. P12**).

➤ **L'environnement culturel et le rôle de la femme dans la société algérienne :**

Les contraintes par rapport à la conciliation entre la vie professionnelle et les responsabilités familiales ainsi que la pression de la société traditionnelle freinent le développement de l'activité féminine. Les stéréotypes sociétaux et traditionnels exercent une pression sur les femmes malgré les progrès enregistrés dans le système juridique et institutionnel algérien. Aujourd'hui, tous les chercheurs qui ont traité de la question du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, sont unanimes pour indiquer que les facteurs de contingence (l'environnement socioculturel) jouent un rôle primordial dans le blocage à l'émergence de la femme dans la sphère publique. (**Ibid. P12**).

Conclusion du chapitre

Dans la fin de ce chapitre, on constate que le domaine entrepreneurial en Algérie est dans une phase ascendante, cela vue les programmes d'aide que l'Etat a mis en place surtout pour le genre féminin qui bénéficient de plus en plus ce qui mène à dire que l'entrepreneuriat féminin malgré certaines contraintes et obstacles durant le processus de création qui fragilisent cette démarche mais elles ont réussi quand même à prouver leurs existences sur le terrain ce qui a conduit à des succès pour certaines sur le côté personnel et un développement économique pour le pays .

2ème partie :

La partie pratique

Chapitre 04 :

Analyse et interprétation des données

de la pré-enquête.

Préambule

Dans ce dernier chapitre nous allons présenter notre pré-enquête que nous avons réalisé sur six femmes entrepreneures de différents métiers à la wilaya de Bejaia dans l'objectifs d'voir une idée sur notre terrain de recherche, recueillir des informations sur notre thème de recherche afin d'avoir des réponses concernant certaines de nos questions (l'idée de création, l'influence de l'entourage, la place de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et le rôle des liens sociaux dans le processus de création des entreprises.

On va commencer par la pré-enquête, puis la présentation des enquêtées et enfin l'analyse des données collectés.

1-La pré-enquête :

Pendant notre pré-enquête, nous avons assuré l'accessibilité sur le terrain de notre thématique de recherche et d'avoir l'idée de la population d'étude sur laquelle on va faire notre travail. Cette étape nous a donné l'opportunité de découvrir notre étude finale sur le terrain et nous a permet de connaitre certains obstacles qui peuvent êtres des soucis durant notre enquête.

Durant notre pré-enquête on à procédé à faire six entretiens avec six femmes entrepreneures de professions différentes à Bejaia ville et à Akbou. Ces entretiens sont faits à base des questions simples et claire afin de donner plus de liberté aux femmes de s'exprimer d'une manière ouverte et spontané et de nous donner plus d'information sur notre projet de recherche. Ces dernières nous ont dévoilés les motivations qui les ont poussés à créer leurs entreprises aussi l'aide de leur milieu familial durant cette création sans négliger certaines difficultés vécus avant et après la création.

La pré-enquête nous à permet de filtrer la méthode et les techniques qu'on doit utiliser pendant ce travail.

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

2-La présentation des femmes enquêtées :

La 1ère enquêtée :

Concerne une femme entrepreneure couturière de 34 ans, mariée et elle à 3 enfants (deux filles et un garçon) ayant un niveau d'instruction secondaire qui s'est achevé par un échec en baccalauréat série littéraire.

Après l'échec dans son bac elle à décider d'entamer un stage de 18 mois à dans un centre à polyvalent dans le domaine de la couture puis elle s'est déplacée à Alger plus exactement à Birkhadem pour faire un autre stage payant estimé à 26 millions d centimes afin de se perfectionner encore plus. Après la fin de ces deux formations, elle avécu deux années en France et pendant ce temps-là elle a eu la chance de suivre une mini formation de 6 mois. Son retour en Algérie elle commence à travailler dans un petit local pour exploiter ses compétences et avoir plus d'expérience et cela pendant deux ans, puis la patronne lui à proposer d'être son associé durant l'année qui suit son travail.

L'amour de ce métier plus les compétences qu'elle a eu durant toute cette période par rapport à son associé qui s'est désintéressé lui ont poussé à prendre la décision d'ouvrir son atelier personnel ici à Bejaïa ville en 2014. Pour ces débuts elle fait recours à son entourage familial et surtout son époux qui lui à fournée toutes sortes d'aides que ce soit psychologique et financier.

Sa réputation lui à permet d'avoir une clientèle à travers son travail et son comportement et même la préparation des commandes dans les plus part du temps dans les délais ce qui lui a encouragé beaucoup plus de se forger davantage dans ce métier.

Cette femme entrepreneure nous a partagé son quotidien en ce qui concerne la gestion de son temps entre le travail dans l'atelier pendant la matinée et à la fin de la journée elle se concentre dans les ménagères dans son foyer familiale avec l'aide de son mari concernant la scolarisation de ces enfants, *« malgré que je travaille durement dans mon atelier, mais j'oublie pas de faire mes taches dans ma maison des que je sors, cela avec l'aide de mon mari qui lui aussi contribue surtout avec mes enfant ».*

A la fin elle nous a dit qu'elle n'a pas eu des difficultés concernant la création de son entreprise puisqu'elle n'a pas fait des demandes d'aides par les organismes spécialisés mais

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

par ces moyens personnels ce qui lui a facilité la tâche de fonder cette entreprise et d'avoir le statut de femme entrepreneure et cela grâce aux fonds personnels qu'elle a plus ceux de son mari qui lui a donné tout ce qu'il fallait comme ressource monétaire pour lancer son projet

La 2ème enquêtée :

Il s'agit d'une femme entrepreneure spécialisée dans le domaine de la coiffure. Agée de 53 ans et elle a 3 enfants ayant un niveau d'instruction arrêté en 2ème année lycée, ayant 30 ans d'expérience dans le domaine de la coiffure et son entreprise se compose de 3 femmes salariées à sa charge.

L'amour de ce métier lui est venu déjà en étant petite en jouant avec des poupées, à l'âge de 17 ans après avoir quitté l'école, elle se dirige directement vers un centre de formation pour se former dans ce domaine. Deux ans après avoir fini son stage l'idée de création de son propre salon de coiffure lui est venue, elle a commencé avec les moyens de bords tels qu'une seule chaise et un seul séchoir en proposant ses services avec son entourage restreint qui se résume par des membres de sa famille et quelques connaissances personnelles.

Avec l'aide de son père d'un côté psychologique surtout concernant l'encouragement et la motivation et d'autre part aide financière pour agrandir son endroit de travail en ce qui concerne l'aménagement et l'achat du matériel.

Dans ces débuts, elle a eu quelques difficultés puisque sa journée commence à 5 heures du matin pour faire les tâches ménagères puis partir vers son lieu de travail en sachant qu'elle travaille seule. Après 5 ans dans cette fonction elle part en France pour se perfectionner encore plus à travers un stage qui a duré 1 année, dès son retour elle a décidé d'élargir son local en intégrant d'autres femmes qui travaillent avec elle aussi en proposant des formations pour celles qui veulent apprendre le métier.

Concernant le côté administratif et paperasse, elle nous a dit qu'elle n'a pas eu de difficultés puisque sa carte d'artisane lui a facilité cette étape et elle n'a pas eu recours à des liens ou des connaissances extérieures favorisant la création des entreprises donc c'est une démarche personnelle, ce qui lui a permis d'exercer directement son métier sans problèmes

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

« Pour réussir dans chaque métier, il faut se donner à fond, travailler sans cesse, avoir de la patience avec les clientes surtout avec les femmes qui vont se marier, sans négliger les problèmes de santé qu'on peut prendre puisque c'est un métier fatiguant », nous dit-elle.

Notre enquêtée nous confirme sa fierté qu'elle vue la réalisation de ses rêves et d'avoir son institue personnel ce qui lui à permit d'être dans une bonne situation financière aujourd'hui en bâtissant deux appartements grâce à son travail, « je suis satisfaite de mon parcours et je le recommande fortement pour celles qui veulent réussir dans leurs vies ».

La 3éme enquêtée :

Il s'agit d'une jeune femme âgée de 31 ans, mariée et sans enfants, spécialisé dans la couture modernes, elle a 8 ans d'expérience dans ce domaine et elle à arrêter ses études à la deuxième année lycée.

Sa passion pour ce métier lui à commencer dès son jeune âge, plus exactement à 11 ans lorsqu'elle commence à faire des petits trucs avec des crochets et des choses des décorations, après un moment elle commence à se perfectionner lorsqu'elle vendait ces objets ce qui lui à permit de recevoir un petit revenue et cela c'était la cause la cause pour laquelle à décider de faire un stage au CFPA pendant deux ans et cela à l'âge de 18 ans, « chaque jour passe, ma passion pour les crochets et les tissus agrandis, pour cela j'ai entamer une formation qui me permettras d'avoir plus de connaissances aussi assurer un travail pour moi ».

Dès qu'elle a achevé sa formation, elle se dirige directement vers le dispositif d'aide ANSEJ afin de bénéficier d'un crédit pour le lancement de son propre atelier et cette idée lui à venue pendant sa période de stage lorsqu'elles lui ont proposé de suivre les démarches nécessaires pour la création des PME. Cette tape lui a causé pleins de difficultés c'est parce qu'elle est déjà nouvelle et jeune dans le domaine et elle ne maitrisait pas la procédure à suivre concernant la paperasse et le déroulement des procédures administratifs, « j'ai fait tout par moi-même, personne ne m'a aidé e cela m'a pris tout mon temps et force », nous dit-elle. Après une année complète d'attente j'ai eu une réponse favorable concernant l'acquisition d'un matériel de travail et un véhicule de service ; « enfin mon rêve devient une réalité », au début de 2013 elle a eu le registre de commerce auprès du CNRC qui lui permettras par la suite d'avoir un registre de commerce en son nom et de commencer son atelier dans la région

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

d'Oued-Ghir et à ce moment-là qu'elle commence à prendre de l'ampleur dans son travail en faisant d'autres habillements.

Après 5 ans de travail, elle s'est déplacé vers un grand local puisqu'elle fait la vente en gros en parallèle avec son mari qui lui a vraiment aidé dans cette tâche en étant le livreur de ces produits surtout hors wilaya, « *mon conjoint m'a beaucoup aidé dans la commercialisation ce qui m'a vraiment faciliter la tâche concernant la préparation des commandes* », aussi dans les affaires concernant la gestion de ses tâches après la fin du travail ce qui lui donne un moments de repos toute en sachant que dans l'atelier elle travail seule et n'a pas d'autres ouvrières avec elle pour cause de la non disponibilité d'une main d'œuvre sérieuse aussi la fuite de certains juste après un moment de travail ce qui lui à pousser de continuer seule.

Elle ne nous a pas caché son mécontentement envers l'un des commerçants qui lui à exiger de marquer sur les étiquettes (Made in Turquie) au lieu de son propre nom d'entreprise, « *j'ai carrément refusé cette proposition puisqu'elle va nuire à mon image personnelle et de l'économie de mon pays en contre partie* », ils préfèrent les produits qui viennent de la Turquie et la chine pour but de faire des bénéfices vue leurs bas prix dans le marché Algérien.

Sa réponse sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie et la création des entreprises était comme suite, « *j'encourage vraiment les femmes à prendre en considération ce genre de projets, malgré les difficultés qu'elles rencontrent dans certaines étapes mais il ne faut pas lâcher et se battre pour faire le métier qu'elles exercèrent* », donc on comprend qu'il y'est certaines difficultés que les femmes retrouvent durant leurs processus de création des entreprises en Algérie.

La 4ème enquêtée :

Une jeune entrepreneure âgée de 29 ans, célibataire, elle un master en langues étrangères spécialité langue allemande à l'université d'Alger, propriétaire d'un institut de beauté à Akbou spécialisé dans la coiffure moderne et elle à 4 ans d'expérience dans ce domaine.

Sa passion pour la coiffure débutée dès son enfance, cela est liée aux petits jouets de filles qu'elle avait chez elle, pendant ses années d'études elle commence à faire de la coiffure avec

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

son petit entourage qui s'est limité par ses cousines et voisines en même temps ses camarades de classe afin d'apprendre un peu le métier et financer ses démarches de visa d'études qu'elle fait en parallèle. Après un refus de visa et suite à la fin de ses études, elle a décidé directement de faire une formation dans la coiffure moderne en Tunisie à la fin de 2016 pour apprendre d'avantages de ce métier et c'est à ce moment-là qu'elle a eu l'idée de faire une demande d'aide auprès de l'ANGEM pour bénéficier d'une aide pour avoir un salon de coiffure personnel, après une longue procédure administrative et problèmes bureaucratiques, elle réussit enfin d'avoir une acceptation de son projet pour l'acquisition d'un matériel de travail estimé à une somme de 87 millions de centimes remboursables durant les trois années qui suivent l'acceptation du dossier, *« cette étape m'a beaucoup fatigué toute en sachant que je connais personne qui pouvait m'aider dans la procédure à suivre pour avoir cette aide, j'ai fait ça toute seule »*, ensuite elle nous a révélé les difficultés que la plupart des femmes rencontrent pour la création des entreprises qui se résument dans l'aspect juridique et administratif *« c'est vraiment épuisant les procédures et la paperasse qu'on peut rencontrer durant cette étape »*.

En 2017 et suite à une proposition d'un concours en Turquie qui a duré 1 mois en esthétique moderne dont elle a eu la troisième place dans cette participation qui a réuni 26 pays, elle a pris la décision d'agrandir son lieu de travail en louant un local plus grand qui contient 4 garages au total ce qui lui a permis d'avoir plus de 7 ouvrières avec elle, une chose qui l'a vraiment motivé à mieux faire pour avoir une bonne réputation et plus de clientes surtout avec la modernisation de son institue comme elle nous a pas caché certaines difficultés dans son travail qui parfois lui ont fait des crises d'affaiblissement, *« malgré que je me prend un plaisir d'exécuter ce métier mais je vous cacherais pas ma fatigue surtout durant les saisons des fêtes, de me lever vraiment tôt surtout avec les mariées que la plupart prennent plus de temps que d'habitudes »*.

La source de motivation durant son parcours est liée à son entourage familial qu'elle a vraiment pris en compte surtout sa petite famille qui lui ont donné à travers une aide psychologique surtout en vue de leur situation financière qui était moyenne, *« ma famille me pousse à travers leurs soutiens je leur dois vraiment ma réussite et c'est grâce à eux que je me suis arrivé à cette situation »*, nous dit-elle.

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

Donc l'aspect familiale lui a réservé une motivation afin qu'elle puisse lancer son projet au détriment des difficultés qu'elle a eu déjà auparavant, donc c'est à cette phase qu'elle a vue l'importance de ses liens forts par rapport contrairement à son entourage faibles d'où elle n'a pas eu d'aide ce qu'on lui a promis avant la création de son institue, « *j'ai eu des promesses de la part de mes amis, mais personne ne m'a accordé son temps ou son aide et c'est la chose qui m'a un peu déçue* », nous dit-elle.

A la fin de cet entretien, elle a donné son avis concernant l'entrepreneuriat féminin en Algérie et son importance pour lutter contre le chômage surtout pour les femmes qui ont terminés leurs études, « *faire un formation dans un métier est vraiment important pour avoir un travail pour l'avenir, cela permettras de ne pas tomber dans le piège du chômage et j'encourage fortement ces initiatives concernant la création de leurs PME surtout pour les jeunes filles malgré les contraintes et les difficultés qu'elles vont retrouver en face d'elles* », puis elle nous a remercié pour l'intérêt qu'on lui a donné en procédant à lui faire cet entretien.

La 5ème enquêtée :

Une femme entrepreneure de 44 ans, mariés et elle a deux enfants, elle travaille dans la préparation des plats traditionnels et des gâteaux modernes, avec un parcours scolaire qui s'est arrêté en terminale branche scientifique, elle a commencé dans ce domaine à l'âge de 24 ans et elle a en ce moment 20 ans d'expérience.

Après que je me suis sortie d'école, tout mon temps je le passais à la maison à faire juste les taches ménagère vue que je suis la seule fille chez moi et cela ma fatigué », nous dit-elle, à l'âge de 24 ans elle commence à travailler avec sa mère dans la préparation des plats traditionnels dans les fêtes, ce qui lui a permis d'apprendre et d'avoir plus de connaissances. Après un moment, elle décide de continuer ce chemin seule suite à l'arrêt de sa maman ce qui lui a poussés à trouver d'autres femmes avec lesquelles elle travail.

Une idée lui a été proposé par sa mère de faire une formation de deux ans au CFPA pour apprendre les gâteaux et d'avoir plus de revenus en parallèle. Elle décide de se lancer dans le domaine entrepreneurial en demandant de l'aide auprès du l'ANGEM afin de bénéficier d'un

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

prêt pour avoir son enseigne personnelle, la chose qui n'était pas facile puisqu'elle a eu des problèmes qu'elle n'était pas prête à les affronter, cela à travers la procédure qui lui a pris un temps plus que d'habitude et cela durant 3 années complètes, « *ce n'est pas facile d'attendre toute cette période* ». Son mari qui s'est occupé de son dossier et elle continue de travailler de manière illégale (en noir) avec l'aide de son petit frère qui lui a trouvé un local afin de préparer les commandes de ses clientes jusqu'au jour où elle obtient la permission d'avoir un registre de commerce aussi de la validation de son dossier qui lui a permis d'avoir une aide concernant l'acquisition d'un matériel de travail.

À ce moment-là, elle commence à bien travailler et d'avoir plus de commandes ce qui lui a poussé à recruter 3 ouvrières pour l'aider dans ces travaux, ce qui lui donne plus de responsabilités et d'élargir son travail en améliorant les produits qu'elle fait aussi à proposer plus de modèles surtout dans la saison des fêtes malgré la charge des commandes ce qui lui pousse à prendre le travail chez elle parfois et de travailler durant la nuit aussi.

Malgré toutes ces difficultés, elle est bien contente de son travail jusqu'à présent, chose qui lui donne plus de motivation et agrandit sa passion plus encore à faire de son meilleur et de satisfaire le plus ces clients à travers les produits qu'elle fait et la bonne qualité qu'elle propose aussi, « *je suis gravement satisfaite de mon parcours, et je compte en faire encore plus, malgré que ce soit un travail fatigant* » nous révèle elle.

À la fin elle encourage les femmes à apprendre ce genre de métier et de ne pas attendre sans rien faire puisque c'est vraiment un bénéfice pour elles surtout le domaine des gâteaux qui est facile à apprendre.

La 6^{ème} enquêtée :

Concerne une dame âgée de 39 ans, mariée, elle a deux filles et propriétaire d'une crèche. Elle a un master en psychologie d'éducation plus une licence en droit et elle a 3 ans d'expérience jusqu'à présent dans ce domaine.

Étant déjà la grande fille dans sa famille, ce qui lui a donné une responsabilité surtout avec la maladie de sa mère, elle commence à apprendre comment élever une famille et c'était le point de marquant dans son domaine actuel. Après la fin des études qu'elle a arrêté en licence d'où elle a eu son diplôme, elle travaille avec une femme comme secrétaire dans un

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

bureau avec un avocat pendant 3 ans, ce travail lui à causer des problèmes sanitaires vue la charge puisqu'elle prend avec elle les dossiers pour les compléter chez elle la nuit, chose qui lui à pousser à abandonner ce travail et chercher ailleurs. Après deux mois elle trouve un poste comme animatrice dans une crèche, mais pour travailler comme enseignante, elle lui a fallu de reprendre les études et c'est en psychologie que le choix est tombé, donc elle travail en parallèle avec ces études afin d'apprendre ce métier, après 5 années en université elle a eu son diplôme en psychologie d'éducation plus une petite expérience dans cette crèche. C'est à ce moment-là que son mari lui propose de créer sa propre crèche et d'investir ces connaissances dans ce domaine, mais le problème que pour avoir l'agrément il lui a fallu un contrat de travail qui date plus de 5 ans chose qu'elle ne disposait pas puisqu'elle travail en ce moment en noir vue qu'elle est encore étudiante.

La patronne lui offre cette chance et lui fait un poste de travail pour lui permettre d'avoir les papiers nécessaires pour exercer cette fonction, et après 5ans elle pose sa demande pour avoir une crèche personnelle auprès du dispositif d'aide ANSEJ, chose qui n'était pas facile vraiment, *« j'ai eu des difficultés dans cette étape, puisque c'est un projet à haut risque et ça m'a pris une longue procédure à faire avec une année d'attente »*, nous dit-elle. Son mari avec l'aide d'un certain occupant un poste important dans cet organisme qui lui a fait passer son dossier afin d'accélérer les démarches administratives et réduire le temps d'attribution d'agrément à une année, *« je ne vous cacherais pas que l'un des amis de mon mari c'était lui qui nous à aider à faire passer mon dossier »*.

En 2018 elle a eu les papiers nécessaire et l'aide qu'elle à demander de l'ANSEJ qui représentait : une fourgonnette pour le ramassage des enfants, un matériel de cuisine pour la préparation des repas et d'autres choses aidant la scolarisation des enfants comme les tables, chaises et des tableaux avec une somme équivalente à 1.750.000 DA, plus une autre somme qu'elle en sa possession.

Elle est à présent la patronne, qui a plus de 15 enfants, deux enseignantes, un chef cuisinier et un chauffeur à sa charge, elle nous à parler aussi de l'importance de son parcours pour faire face à certains problèmes imprévues, *« je comprends maintenant pourquoi ils nous demandent d'avoir une expérience antérieure dans ce domaine, c'est une grande responsabilité sur mon dos et je dois faire toute mon intention afin de ne pas avoir de problèmes surtout avec les parents d'enfants d'une part, et les problèmes d'administrations d'autre part, mais je m'en*

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

sort bien. », plus les tâches qu'elle fait à sa maison heureusement que son mari lui apporte le soutien qu'elle a besoin pendant cette période.

Durant ces trois années de travail dans ce domaine, elle envisage à agrandir son établissement afin d'avoir plus d'enfants et de proposer plus de postes d'emplois surtout pour les femmes en chômage, ce qui va permettre d'avoir une main d'œuvre et d'avoir plus de femmes qui travaillent et même qui veulent intégrer le domaine de l'entrepreneuriat.

3-Analyse des résultats :

A travers les entretiens qu'on a fait durant cette pré enquête, nous avons pu avoir une idée concernant la création des entreprises et les principaux facteurs favorisant cette démarche, cela est liée dans certains cas avec « *l'amour du métier* » d'une part, d'autre part, « *une passion* » surtout des leurs période d'enfance ce qui explique pourquoi elles ont suivi le domaine entrepreneurial.

En analysant les réponses des enquêtées, on remarque que la plupart des enquêtées ont un âge moyennement bas, en allant des 29 ans pour la plus petite jusqu'aux 53 ans pour la plus grande, avec un niveau d'instruction partant du lycée, jusqu'à l'obtention du diplôme de master en langue allemande pour l'une des enquêtées. Dès l'arrêt de leurs études, elles se sont penchées sur le travail afin d'assurer un avenir professionnel et de ne pas tomber dans le piège du chômage, ceci peut leurs garantirai une rentrée d'argent et d'être en autonomie financière,

En poursuivant également des formations dans ces domaines ce qui à faciliter le perfectionnement de leurs compétences ainsi leurs intégrations dans le milieu professionnel.

Durant ce travail de recherche, on a réussi d'après les informations recueillit à identifier l'importance du réseau personnel dans la création des entreprises, ces femmes ont reçu plusieurs façons d'aides, chacune à sa manière, du financement familiale et morale de la part de leurs proches plus précisément de leurs maris et parents pour la plupart des femmes enquêtées, elles sont motivées par le désir d'indépendance et de se lancer dans l'entrepreneuriat comme objectif d'aider leurs familles pour un premier point et d'avoir une

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

carrière professionnelle comme deuxième facteur. Donc nous pouvons dire que notre hypothèse reposant sur l'importance des liens forts. Qui comprend un ensemble de personnes avec lesquels la femme entrepreneur détient des relations émotionnelles fortes surtout avec les membres proches avec sa famille qui sont généralement les membres clés qui peuvent apporter des leurs soutient nécessaire surtout dans la phase de création qui reste difficile à franchir. (OMRANE. A, 2017). Ce qui rend relatifs cette importance à leurs impacts sur la création des entreprises ce qui nous donne une confirmation, ceci témoignant les dires de Mark Granovetter que « *les liens forts ont tendance à créer des zones fermées, à reproduire les mêmes représentations mentales, à fournir de l'information qui se recoupe* ». (DEGENNE. A et FORSE. M, 2004, P185).

Sans négliger aussi les aides reçues de la part des organismes spécialisé dans la promotion des PME de la wilaya de Bejaia. Une autre manière dont les femmes essayent d'exploiter afin de recevoir des microcrédits qui peuvent faciliter l'acquisition des matériaux chacune dans son domaine de fonction ce qui a permis d'avoir à l'heure actuelle le statu de femmes entrepreneures.

On a observé aussi que ces femmes ont confrontées plusieurs difficultés surtout dans les débuts et cela dans l'aspect administrative liées aux problèmes bureaucratiques surtout dans les dispositifs d'aides qui ne délivrent pas facilement l'approbation des projets et malgré tout ça, elles ont réussi à avoir d'autres méthodes afin de sortir de cette situation gênante chacune à des degrés différents on s'appuyant sur des éléments facilitateurs tels que des connaissances personnels et professionnels qui permettent de gagner du temps face à la multiplication des procédures administratives que rencontrent ces femmes, ce que justifie le dicton : « *ce que vous connaissez est bien moins utile que les personnes que vous connaissez* ». (FAYOLLE. A. 2003, p67).

Tout ça nous a mené aussi vers la confirmation de notre deuxième hypothèse qui parle sur le rôle que donne ce genre d'entreprise afin de lutter contre le chômage et cela par rapport à la créations des postes d'emplois surtout pour les femmes qui sont les plus touchées dans un certain moment, ajoutant aussi la nature de la société Algérienne qui repose sur la domination patriarcale et qui n'accepte pas facilement le travail de la femme hors son foyer. Les études sur la nature des familles Algériennes nous le confirme selon les travaux de (Bourdieu, 1974 ; Boutefanocht, 1984) qui indiquent que la famille algérienne traditionnelle est de nature

Chapitre 04 : Analyses et interprétation des données de la pré-enquête

patriarcal suite à la détention du pouvoir de gestion familiale et l'attribution des rôles de chacun ce qui lui revient l'autorité de décision concernant certains points comme la sortie de la femme par exemple. (BOULAHYA. Ch. 2017, p13). Contrairement à la famille moderne qui a vécu des changements dans sa structure qui sont liés généralement à l'économie, le social et surtout culturels ce qui permet la libération des relations d'autorité entre les générations. (Ibid. p14), c'est pour cela ces femmes elles ont faites recours à ce genre de travail afin de se construire à l'échelle personnelle et professionnelle.

D'une façon générale, ces femmes entrepreneures nous ont montrés que la passion et l'amour de leurs activités jouent un rôle primordial dans la prise de décision d'entreprendre d'une part, d'autre part, les liens sociaux sont des éléments motivants concernant la création des entreprises et de rendre leurs rêves une réalité.

Conclusion du chapitre

Cette partie nous a permis de connaître la situation des femmes entrepreneures interrogés durant notre pré enquête (niveau d'instruction, formation poursuivies, facteurs de motivations et les difficultés rencontrées), ensuite, les raisons auxquelles elles ont procédé à s'aventurier dans le domaine de l'entrepreneuriat afin d'avoir un travail comme début, puis à améliorer leurs mode de vie en suivant des formations chacune dans son domaine pour mieux se perfectionner et de prendre une place importante dans le milieu professionnel d'une part, d'autre part, prouver l'importance du travail de la femme dans le développement économique et sociale.

On a remarque aussi que le milieu familial est la première source de déclenchement des idées et l'importance qu'occupe la famille dans la motivation et l'aide dans la création des entreprises surtout l'aide psychologique et le financement.

Conclusion générale

Conclusion générale

Une étude sociologique sur le phénomène entrepreneurial doit comporter plusieurs éléments importants qui favorisent cette démarche à savoir l'entrepreneur lui-même et l'organisation au quelle il est intégré. C'est pour cela nous avons préféré de s'intéresser à ces deux éléments.

Ce travail vise essentiellement à savoir l'impact des liens sociaux et familiaux sur le processus de création des entreprises surtout le genre féminin que nous avons choisis pour faire cette recherche, ainsi à connaître certaines informations liées aux motivations et aux formations que ces femmes ont développées durant leurs parcours. Aussi l'apport des structures d'aides dans le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie en générale et à Bejaia en particulier malgré certaines contraintes et difficultés qui freinent ce secteur.

Vue la charge et le manque de temps liée à de diverses raisons, nous avons seulement effectué six entretiens avec six femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia ce qui nous à donner possibilité de prendre en considération l'analyse de ces entretiens comme résultats de cette recherche.

Malgré ce manque, nous avons réussi à tirer quelques résultats qu'on ne peut pas les généraliser mais qui sont proche de la réalité liée à l'entrepreneuriat féminin. Certaines conclusions montrent que les femmes s'intéressent de plus en plus à ce domaine contrairement à des temps passé ou les hommes étaient beaucoup plus dominants, aussi ces femmes essayent de faire promouvoir leurs connaissances chacune dans son domaine, ajoutant à cela une forte dépendance aux milieux familiale et réseaux personnelles en ce qui concerne les aides surtout dans les débuts.

On à constater aussi que ces femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia étaient bien déterminées à intégrer ce secteurs d'activité ce qui a influencé sur le taux des PME créer qui commencent à prendre de l'ampleur au niveau nationale grâce à la volonté et au désir de ces femmes concernant le lancement de leurs travaux, ainsi la recherche de la liberté professionnelle ce qui permet de fuir les malheurs du chômage qui frappe surtout cette catégorie à travers la création de leurs propres entreprises ce qui donne une possibilité d'être en autonomie financière tant souhaité, aussi réaliser leurs rêves et faire valoir leurs passions, autrement dit, cette décision est résultat d'une forte réflexion qui porte une signification personnelle marque par une aventure entrepreneuriale.

Conclusion générale

Dans cette recherche nous avons remarqué que la famille est la première source de motivation pour ces femmes surtout dans son côté psychologique à travers les conseils et l'encouragement ce qui à faciliter un peu les choses vue l'importance du milieu familiale dans ce genre de décisions, aussi l'apport donné pour certaines à travers les structures d'aides désignés par l'Etat afin de promouvoir ce genre d'activités. Donc on comprend que les liens ont une place primordiale dans le domaine entrepreneuriale, ce qui poussent ces femmes à être en contact directe avec leurs réseaux personnels ce qui constitue un facteur de base dans l'émergence de l'idée d'entreprendre à travers des influences positives.

Les femmes entrepreneures surtout dans les professions libérales ou artisanales sont considérées comme un atout majeur pour le développement local dans la wilaya de Bejaia, en créant des postes d'emplois ce qui aide à diminuer le taux de chômage, la participation dans l'épanouissement économique et la richesse du pays et nous devons les voir comme un exemple à suivre pour celle qui veulent suivre le même parcours ce qui donne plus d'envies pour les femmes et aussi prendre une meilleur place en égalité avec les hommes concernant la création des opportunités de travail et le développement personnel surtout pour celles qui ont du talent et qui ne trouvent pas la chance d'exploiter cette richesse.

A cet effet, les recherches sur ce secteur d'activité pourront bien donner plus d'importances et de visions mieux éclairées, surtout sur les réseaux dans ce genre de travaux dans la wilaya de Bejaia. C'est pour cela à la fin de ce travail on recommande aux futurs étudiants qui veulent faire un travail de recherche à se focaliser sur les liens sociaux dans la création des entreprises et on leurs propose de mener des études surs : l'importance de l'entrepreneuriat féminin dans le développement personnel et professionnel.

La liste bibliographique :

1. ALLAL.M. Entrepreneuriat social : définition, rôle et exemples. (en ligne), repéré a www.blog.hubspot.fr consulté le 18/06/2021.
2. ABDERRAHMANE. S. k. (1997), les caractéristiques de l'entrepreneurship féminin au Mali, (mémoire de maitrise inédite).université de Québec.
3. Algérie : voici le nombre d'entreprise créées en 2020 (ministère), repéré dans le site <https://www.dzairdaily.com/algerie-voici-nombre-entreprises-creees-2020-ministere/>, consulté le 24/06/2021.
4. BELLATAF. M. NASROUN. N. (Janvier-Juin 2013), « entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminant l'esprit d'entreprise : cas de Bejaïa », N° 14, la Responsabilité sociale des entreprises et les PME, pour consulter l'article <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01860090/document>.
5. BERRAH.K, BOUKRIF.M. « la problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes » présenté à la conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux, <http://emnet.univie.ac.at/>.
6. BELATTAF. M, (décembre-2007), évaluation de la dynamique territoriale et de financement de la PME et son impact sur le développement local : cas de la wilaya de Bejaïa, Recherches économiques et managériales N°2.
7. BERBER.N, (2014), « L'entrepreneuriat en Algérie », Mémoire de magister en Management.
8. BESSOUHE. N. Entrepreneuriat Féminin et son Accompagnement en Algérie-billon et perspectives- *l'Ecole Supérieure de Management Tlemcen – Algérie. page 01,02.*
9. BEN MAKHLOUF, Y et AKNINE SOUISE, R *.l'entrepreneuriat féminin et les dispositifs d'aide a la création d'entreprise en Algérie. Recherches économique et managériale, université mouloud Mammeri de TIZI OUZOU. Algérie (n°24) p43.*
10. BOUTILLIER. B et UZINIDIS. U. (2013), l'entrepreneur schumpétérien, page 97.
11. BOULAHIA.Ch, (2017), la socialisation de genre dans la famille Algérienne, <https://archipel.uqam.ca/10938/1/M15278.pdf>. Consulté le 13/09/2021.
12. BORGES. C et FILION. L.J. (2004). *Le développement du capital social entrepreneurial des créateurs d'entreprises technologique issus d'un essaimage universitaire, page 04.*
13. BOUCHIKHI. (2004 : 47), souligne ainsi que «l'entrepreneur solitaire n'existe pas».

14. Comment se construisent et évoluent les liens sociaux ?, https://www.college-defrance.fr/media/campus/innovation/lycees/UPL1531111677858227964_Classe_de_premiere_Chapitre_7.pdf, consulté le 20/05/2021.
15. CUSSET. P.Y. (2007), le lien social, Edition Armand colin, Paris.
16. CHABAUD. D et CONDOR. R. (2006), « Le rôle des réseaux sociaux dans le processus de création d'entreprises : faut-il compléter la perspective ? », XVème Conférence Internationale de Management Stratégique, Annecy / Genève 13-16 Juin.
17. CHAUVIN. P.M. GROSSETTI.P et ZALIO. P.P. Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat. page 287-287.
18. DEGENNE. A et FORCE. M. (2004), les réseaux sociaux. 2ème édition. Armand colin, paris.
19. Entrepreneuriat féminin en Algérie : La friilosité des banques mise à l'index, <https://www.elwatan.com/pages-hebdo/sup-eco/entrepreneuriat-feminin-en-algerie-la-friilosite-des-banques-mise-a-lindex-18-11-2019>, consulté le 24/06/2021.
20. FAYOLLE. A. 2003. *Le métier de créateur d'entreprise*, page70.
21. FAYOLLE. A. (2004), « entrepreneuriat : apprendre à entreprendre », édition DUNOD, Paris.
22. FAYOLLE. A. (2004), le métier de créateur, p118-121.
23. FAYOLLE. A et MOLLE. P. (2004). *Entrepreneuriat : apprendre a entreprendre*, DUNOD, Paris, page 91.
24. FAYOLLE.A et VERSTREAT. T. (2005). *Paradigme et entrepreneuriat*, revue de l'entrepreneuriat, vol 4, N°1, page 37-42.
25. FAYOLLE. A. (2005), Introduction a l'entrepreneuriat, DUNOD, Paris, page 10.
26. FAYOLLE. A. (2012). *Apprendre et entreprendre*, 2emme édition, DUNOD, Paris, page 108.
27. FAYOLLE. A. (2012). *Entrepreneuriat : Apprendre à entreprendre*, page 122.
28. FALLERY. B et MARTI. C. (2007/3). Vers des nouveaux types de réseaux sur internet ? Les réseaux à liens faibles du dirigeant de petite entreprise. revue Management et avenir. (N ° 13).
29. FERFERA. M. Y et BELARBI. Y. (03-04 décembre 2006), « l'impact des caractéristiques entrepreneuriales sur le développement des entreprises en Algérie : étude de cas », in : colloque international : création des entreprises et territoires, université de Tamanrasset.
30. FENOUILLET. F. (2012), « la motivation », Edition DUNOD, éd 2eme, p19.

31. FILION. L. J. (1997). *Le champ de l'entrepreneuriat : Historique, évolution, tendances.* page 07.
32. FILION. L. J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : histoire, évolution, tendance, page 133, 134.
33. GASSE. Y. (Mai 2003), L'influence du milieu dans la création des entreprises, revue organisations et territoires 12(2), https://www.researchgate.net/publication/239926358_L'INFLUENCE_DU_MILIEU_DANS_LA_CREATION_D'ENTREPRISES, consulté le 10/05/2021.
34. GANESH. W. (2004). *Caractéristique et importance des PME.*
35. GAGEY. F, comprendre l'économie africaine, Ed l'Harmattan, Paris.
36. GHARBI. S. (mars 2011), « LES PME/PMI EN ALGERIE : ETAT DES LIEU », CAHIERS DU LAB.RII (Laboratoire de Recherche sur l'Industrie et l'Innovation), document de travail N°238, université du littoral cote d'opale.
37. GASTINE. L. *Grand Lyon –DPSA « L'entrepreneuriat en France et de le grand Lyon »le centre ressources prospectives du grand Lyon, page03.*
38. JULIEN. Pet autres, (2004), les signaux forts et les signaux faibles, la dynamique des réseaux sociaux dans les PME. Edition Lavoisier, paris.
39. HIMRANE. M ET BOUZNIT. M. (2019), Les déterminants de l'activité entrepreneuriale dans le Maghreb : une modélisation économétrique, El-Bahith Review, Volume 19 (numéro 01), Algérie : Université KASDI Marbah Ouargla, pp. 631-646.
40. KENNOUCHE. S, CHABI. T. (2017). La création d'entreprises en Algérie par le biais des dispositifs (ANSEJ, CNAC, ANGEM) : Cas de la wilaya de Bejaia, Revue Algérienne de la Mondialisation et des Politiques Economiques Volume : 8
41. KHEDIM. A et BELHADJ.F. (2017). *Evolution de l'entrepreneuriat en Algérie (2007-2016) : opportunités et menaces.*
42. LALLEMENT. M. (2006). CAPITAL SOCIAL ET THÉORIES SOCIOLOGIQUES, La Découverte, page 72.
43. LEMIEUX.V et OUIMET.M, l'analyse structurale des réseaux sociaux : méthodes en sciences humaines, édition de Boeck, https://books.google.fr/books?id=4DEeDwhWpC4C&pg=PA5&hl=fr&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false.
44. Les femmes entrepreneures en Algérie cas de Bejaia, <https://www.mawarid.ma/document-1343.html>, consulté le 15/05/2021.

45. MAUGERI. S. (2013). « Théories de la motivation au travail » Edition DUNOD, p12.
46. MASSART. V. (2005), l'entrepreneur au cœur de la notion d'entrepreneuriat : Qualités, compétences et conditions favorables à l'entreprendre, UFR des Sciences de l'Education Université Charles-De-Gaulle, Lille 3, P 105.
47. MESSEGHEM. K et TORRES.O. (2015), *les grands auteurs en entrepreneuriat et PME. Edition EMS management et société.*
48. OMRANE. A. (2013), les réseaux sociaux de l'entrepreneur et son accès aux ressources externes : le rôle des compétences sociales, dans [Management & Avenir 2013/7 \(N° 65\)](#), pages 73 à 93, consulté le 13/09/2021.
49. PAUGAM. S. Le lien social : entretien avec Serge PAUGAM, publié le 06/07/2012, <http://ses.ens-lyon.fr/articles/le-lien-social-entretien-avec-serge-paugam-158136>, consulté le 16/05/2021.
50. PERDOMO. A. Les caractéristiques d'une femme entrepreneure.(En ligne). Repéré à [www .joya.life.fr](http://www.joya.life.fr). Consulté le 14/06/2021.
51. PESQUEUX. P. (2015). *CNAM, professeur titulaire de la chaire « développement des systèmes d'organisations ». entrepreneur, entrepreneuriat (et entreprise), p02.*
52. Rapport IV. Les petites et moyennes entreprises et la création d'emplois décents et productifs. Internationale du Travail 104e session, 2015, repéré sur : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_norm/relconf/documents/meetingdocument/wcms_358290.pdf, consulté le 19/06/2021.
53. SALEILLES. S, l'entrepreneur néo rural et son réseau personnel, model d'évolution du réseau personnel en entrepreneuriat. Thèse de doctorat en science
54. STEINER. P. (1999). *La sociologie économique*, éd. La découverte, Paris, p75.
55. TAHIR METAICHE. F. *Le profil de l'entrepreneuriat en Algérie : une étude exploratoire. Page 01.*
56. TORRES. O. (1998). *Les PME. Edition DOMINOS Flammarion, page 21.*
57. VERSTRAET. T. (2000) *histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat, Edition EMS, page 11.*
58. ZAHRA. A. (2008), *l'entrepreneuriat féminin en Iran S: les structures socioculturelles. Revue Libanaise de gestion et d'économie.*

Liens consultés :

1. https://www.lepoint.fr/afrique/entrepreneuriat-feminin-en-afrique-le-defi-du-plafond-de-verre-24-06-2019-2320655_3826.php.

2. <https://ideas4development.org/entrepreneuriat-femmes-croissance-africaine/>.
3. <https://www.industrie.gov.dz/Dispositifs-d-aides-et-regimes-d-incitation-à-l-investissement>, consulté le 14 juin 2021.
4. <https://www.industrie.gov.dz/?ANGEM>

Résumé :

Dans ce travail de recherche nous allons essayer de donner un petit aperçu sur l'importance des rapports sociaux entre les individus, surtout pour les femmes qui ont commencé une aventure entrepreneuriale en Algérie, et cela à travers leurs liens que ce soit des liens forts ou même des liens faibles et le recours sur les organismes d'aides afin de démontrer leurs impacts sur le processus de création de leurs entreprises. Nous avons partagé ce travail en deux parties, la première en expliquant certaines notions d'une façon théorique, et la deuxième d'une manière pratique à travers des entretiens réalisés avec six femmes entrepreneures dans le domaine artisanale à Bejaia, puis donner à la fin les résultats de cette recherche.

Mots clés : liens sociaux, entrepreneuriat, femmes entrepreneures, Algérie, travail artisanale.

Summary:

In this research work we will try to give a brief overview of the importance of social relationships between individuals, especially for women who have started an entrepreneurial adventure in Algeria, through their links, whether strong or even weak links, and the use of aid agencies to demonstrate their impact on the process of setting up their businesses. We divided this work into two parts, the first explaining some concepts in a theoretical way, the second in a practical way through interviews with six women entrepreneurs in the craft sector in Bejaia, and then giving the results of the research.

Key words: social ties, entrepreneurship, women entrepreneurs, Algeria, artisanal work.