



**Université Abderrahmane MIRA-Bejaïa**

**Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales**

**Département des Sciences de Gestion**

**Mémoire de Fin de cycle**

Présenté en vue de l'obtention du Diplôme de Master

**Option** : Management économique des territoires et entrepreneuriat

***Thème***

# **L'entrepreneuriat Féminin en Algérie**

***«Cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia»***

***Présenté par :***

***CHABOUR Nadia***

***Sous la direction de***

***M<sup>r</sup> : AISSAT .M. Tahar***

**Devant les jurys :**

**M<sup>r</sup>. MOULOUD A/Nour (Examineur)**

**Dr. BOUKRIF Moussa (Président).**

**M<sup>r</sup>. AISSAT .M<sup>d</sup>. Tahar (Rapporteur).**

**Septembre 2013**

# Remerciements

*Je désire exprimer ma profonde gratitude à monsieur: AISSAT M, Tahar qui m'a initié et accompagné dans cette longue et sinieuse aventure. Il a éclairé mes balbutiements d'apprenti-chercheur et m'a fait confiance tout au long de sa réalisation. Ses remarques, ses observations et son écoute attentive m'ont été très précieuses.*

*Toute ma reconnaissance va à mademoiselle HADERBACHE Ouiza, doctorant en Management pour son soutien, aussi bien moral que scientifique.*

*J'exprime également mes remerciements aux membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail et dont les remarques vont certainement permettre de consolider cette recherche.*

*Je voudrais également remercier les entrepreneures qui ont collaboré à ce travail en répondant soigneusement à nos questions.*

*Aussi tous mes amis qui ont contribué à la réalisation de ce travail.*

*Enfin, je remercie toutes celles et tous ceux qui m'ont, d'une façon ou d'une autre, apporté leur soutien tout au long de ce travail.*

# *Dédicaces*

*A mes très chers parents,*

*A mes sœurs et mes frères*

*A ma très chère tante Baya.*

*A tout la famille Chabour et Djaouani.*

*A tous mes sœurs au Dieu.*

*A tous mes amies.*

## **LA LISTE DES ABREVIATIONS**

**AFEM** : Association des Femmes Chefs d'Entreprises au Maroc

**ANDI** : Agence national de développement des investissements

**ANGEM**: Agence national de gestion du microcrédit

**ANSEJ**: Agence national de soutien et de l'emploi de jeune

**BTP** : Bâtiments et Travaux Publics

**CNRC** : Centre National du Registre de Commerce

**DPAT**: Direction de la planification et de l'aménagement du territoire

**DPME** : Direction de la Petite et Moyen Entreprise

**OCDE**: Organisation de Coopération et de Développement Economique

**ONS**: Office national des statistiques

**PME**: Petite et Moyen Entreprise

**PMI** : Petite et Moyenne Industrie

**TPE**: Très Petite Entreprise

## **SOMMAIRE**

**INTRODUCTION GENERALE.....I**

### **CHAPITRE 1 : L'ENTREPRENEURIAT : FONDEMENT ET APPROCHES THEORIQUES**

#### **SECTION 1 : Entrepreneuriat et entreprise : Définition et fondement théoriques**

<b>1.1)</b>	L'entrepreneuriat et l'entrepreneur.....	4
<b>1.2)</b>	Caractéristiques et typologie des entrepreneurs.....	7
1.2.1)	Les traits de caractère.....	7
1.2.2)	L'entrepreneur est un opportuniste.....	8
1.2.3)	L'entrepreneur est un organisateur.....	8
1.2.4)	L'entrepreneur est un joueur.....	8
1.2.5)	L'entrepreneur est motivé.....	8
1.2.2)	Les Typologies d'entrepreneurs.....	9
<b>1.3)</b>	La petite et moyenne entreprise (PME) .....	10
1.3.1)	Diversité de la définition des PME.....	10
1.3.1.1)	L'approche qualitative .....	11
1.3.1.2)	L'approche quantitative .....	11
1.3.2)	Caractéristiques de la PME.....	12

#### **SECTION 2 : Les approches théoriques du phénomène entrepreneuriat**

2.1)	L'approche fonctionnelle des économistes : .....	14
2.2)	L'approche centrée sur les individus.....	15
2.3)	L'approche basée sur les processus .....	16

#### **SECTION 3 : L'entrepreneuriat, phénomène économique et sociale**

<b>3.1)</b>	La création d'entreprises et le renouvellement du parc.....	19
3.1.1)	La reprise d'entreprise.....	20
3.1.2)	L'intrapreneuriat.....	21
<b>3.2)</b>	L'innovation .....	22
<b>3.3)</b>	La création d'emplois .....	22
3.4)	L'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations.....	23

3.5) Mutations structurelles, politiques, économiques et sociales.....	23
--	----

## **CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE**

### **SECTION 1 : l'entrepreneuriat féminin en tant qu'objet de recherche**

1.1) Quelques éléments de recherche sur l'entrepreneuriat féminin.....	25
1.2) La femme entrepreneure.....	27
1.3) L'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin.....	29
1.3.1) Indicateurs sur le travail des femmes en Algérie:.....	30
1.4) Différents types de femmes entrepreneures .....	31
1.5) Les facteurs motivants les femmes entrepreneures.....	31
1.6) Les facteurs de blocages des femmes entrepreneures .....	32
1.7) Caractéristiques des entreprises détenues par les femmes entrepreneures.....	34

### **SECTION 2 : Evolution de l'entrepreneuriat en Algérie**

2.1) Evolution du statut des PME en Algérie.....	35
2.1.1) La période 1962-1982.....	35
2.1.2) La période 1982-1993.....	36
2.1.3) La période 1993-2011.....	37
2.2) Etude des trajectoires et caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs	
2.2.1) Les entrepreneurs reconvertis .....	39
2.2.2) Les entrepreneurs contraints .....	39
2.2.3) Les entrepreneurs migrants .....	40
2.2.4) Les entrepreneurs héritiers .....	40
2.3) Les données statistique des PME.....	42
2.3.2) La répartition des PME par secteur d'activité.....	43
2.3.3) La part des PME dans la création de l'emploi :( 2004-2012).....	43

### **SECTION 3 :L'entrepreneuriat féminin en Algérie**

3.1) Les données statistique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	45
3.1.1) La population active selon le genre.....	45
3.1.2) Les secteurs d'activités des petites entreprises gérées par des femmes en Algérie, en 2007.....	46

3.2) Projets financés par genre et par secteur d'activité.....	47
--	----

## **CHAPITRE 3: ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA**

### **SECTION 1 : la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia**

1.1) Présentation synthétique de la région d'étude.....	52
1.1.1) La population et l'emploi.....	53
1.1.2) L'agriculture.....	54
1.1.3) Les infrastructures de base.....	55
1.2) L'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaïa.....	56
1.2.1) Importance de la PME implantée dans la région de Bejaïa.....	56
1.2.2) Répartition spatiale des PME.....	57
1.2.3) Secteurs d'activité des PME de Bejaia.....	58
1.3) l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia .....	59
1.3.1) Analyse spatiale des PME appartenant aux femmes.....	61

### **SECTION 2 : Méthodologie d'enquête : Objectifs, étapes et Technique**

2.1) Objectifs de la recherche empiriques .....	65
2.2) Les techniques de recueil des informations sur le terrain .....	65
2.3) Déroulement de l'enquête .....	67
2.4) Traitement des questionnaires .....	68

### **SECTION 3 : Les caractéristiques des femmes entrepreneures étudiées**

3.1) Les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures.....	68
3.2) La situation familiale des femmes enquêtée .....	69
3.3) Les caractéristiques des entreprises créées par les femmes .....	71

## **CHAPITRE 4 : MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DE LA FEMME ENTREPRENEURES.**

### **SECTION 1 : Les projets de création des entreprises et les obstacles rencontrés**

1.1) Sources de financement au démarrage de l'activité.....	77
1.2) Obstacles rencontrés lors du démarrage de l'activité.....	78

## **SECTION 2 : Motivations, objectif et valeurs phares**

2.1) Motivations des femmes entrepreneures à démarrer leur propre activité.....	79
2.2) Objectifs des femmes entrepreneures.....	80
2.3) Valeurs phares des entreprises des femmes enquête.....	82

## **SECTION 3 : Le statut et le rôle de la femme entrepreneure :**

3.1) Conseil en cas des problèmes dans le fonctionnement de l'entreprise.....	84
3.2) Les secteurs ou la femme peut mieux réussir.....	84
3.3) le rôle des femmes entrepreneures dans le développement local.....	85
3.4) les caractéristiques des femmes entrepreneures.....	86
3.5) les propositions d'amélioration du statut et du rôle de la femme entrepreneure en Algérie.....	86
<b>La conclusion générale.....</b>	<b>89</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>92</b>
<b>Annexes</b>	



## LISTE DES TABLEAUX

<b>Tableau N°1.</b> Quelque définition du concept « entrepreneur » selon les écoles de pensée.....	07
<b>Tableau N° 2 :</b> Typologies d'entrepreneurs.....	09
<b>Tableau N° 3:</b> Synthétise des recherches en entrepreneuriat.....	19
<b>Tableau N° 4 :</b> Le Taux d'emploi par sexe au Maghreb.....	30
<b>Tableau N° 5:</b> Indicateurs sur les femmes dans les trois pays.....	30
<b>Tableau N° 6:</b> Evolution des PME durant la période (2001-2011).....	38
<b>Tableau N° 7 :</b> Répartition des entités économiques par secteur juridique et tranches d'effectifs.....	42
<b>Tableau N° 8 :</b> Mouvement de création des PME privées par région en 2011.....	42
<b>Tableau N° 9:</b> La répartition des PME par secteur d'activité.....	43
<b>Tableau N° 10:</b> La part des PME dans la création de l'emploi :( 2004-2011).....	44
<b>Tableau N° 11 :</b> Evolution de la population active totale (en milliers).....	45
<b>Tableau N° 12 :</b> Evolution de la population active féminine (en milliers).....	46
<b>Tableau N° 13 :</b> Structure de l'emploi par secteur d'activité Année 2010.....	46
<b>Tableau N° 14 :</b> Les secteurs d'activités des petites entreprises gérées par des femmes en Algérie, en 2007.....	46
<b>Tableau N°15 :</b> Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2011).....	47
<b>Tableau N°16 :</b> Répartition des personnes physiques selon la wilaya et le genre.....	48
<b>Tableau N°17 :</b> Répartition des personnes physiques par région et genre.....	49
<b>Tableau N°18 :</b> Répartition des personnes physiques selon le secteur d'activité et genre.....	50
<b>Tableau N°19 :</b> Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre.....	50
<b>Tableau N°20 :</b> Répartition de la population par groupe d'âge Situation Au 31/12/2011....	53
<b>Tableau n°21 :</b> la répartition de la population selon les daïras.....	53
<b>Tableau N°22 :</b> Population active occupée par grands secteurs activité Au 31/12/2011.....	54
<b>Tableau n°23 :</b> Evolutions des PME dans les cinq wilayas durant les 4 dernières années ...	56
<b>Tableau N°24:</b> mouvement des entreprises Au 31 /2011/12.....	57
<b>Tableau n°25 :</b> Répartition spatiale des PME des 5 premières communes de Bejaïa.....	57
<b>Tableau N°26 :</b> La répartition des PME privée et publique par secteur d'activité et l'emploi au 31/12/2012.....	58
<b>Tableau N°27 :</b> Répartition du nombre des PME privées par genre au 31/12/2012.....	59
<b>Tableau N°28 :</b> La répartition des PME féminin selon l'effectif.....	59

<b>Tableau N°29</b> : La répartition des PME féminin privées par secteur d'activités.....	60
<b>Tableau N°30</b> : Répartition du nombre des artisans par sexe et par secteur d'activité au 31/12/2012.....	60
<b>Tableau N°31</b> : Répartition des projets finances par sexe du gérant en (2011 et 2012).....	61
<b>Tableau N°32</b> : La répartition spatiale des PME et la population féminine 2012.....	61
<b>Tableau N°33</b> : Evolution des PME féminine selon les trois périodes.....	62
<b>Tableau N°34</b> : répartition des PME selon l'année de création.....	64
<b>Tableau N°35</b> : Répartition de la population mère selon localisation et année de création....	64
<b>Tableau N°36</b> : :la répartition de l'échantillon choisi selon la localisation géographique et Année de création .....	66
<b>Tableau N°37</b> : la réparation des PME féminin selon les régions enquêtée.....	66
<b>Tableau N°38</b> : L'âge des femmes entrepreneures étudiées .....	69
<b>Tableau N°39</b> : La situation familiale (le statut civil) des entrepreneures .....	69
<b>Tableau N°40</b> : Le niveau d'instruction.....	69
<b>Tableau N°41</b> : Situation professionnelle antérieure .....	70
<b>Tableau N°42</b> : Le nombre d'enfant à charge .....	70
<b>Tableau N°43</b> : Activité professionnelle du conjoint des femmes entrepreneurs.....	71
<b>Tableau N°44</b> : Activité professionnelle du père des femmes entrepreneur .....	71
<b>Tableau N°45</b> : l'année de création des entreprises étudiées.....	71
<b>Tableau N°46</b> : Le siège social des entreprises enquêté.....	72
<b>Tableau n° 47</b> : sources de financement initial .....	72
<b>Tableau N°48</b> : Statut du répondant dans l'entreprise.....	72
<b>Tableau N°49</b> : La nature des entreprises enquêtées .....	73
<b>Tableau N° 50</b> : L'effectif de l'entreprise .....	73
<b>Tableau N°51</b> : Le secteur d'activité de l'entreprise.....	73
<b>Tableau N°52</b> : Le chiffre d'affaires annuel des entreprises enquêtées.....	74
<b>Tableau N°53</b> : raison d'investissement dans le créneau choisi.....	76
<b>Tableau N°54</b> : bénéficie d'aide lors la création de l'entreprise .....	77
<b>Tableau N°55</b> : la nature de l'aide.....	77
<b>Tableau N°56</b> : source de financement des projets.....	77
<b>Tableau N°57</b> : Obstacles lors de la création de l'entreprise .....	78
<b>Tableau N°58</b> : Les principaux obstacles rencontrés à la création de l'entreprise.....	78
<b>Tableau N°59</b> : Les principaux obstacles rencontrés après la création de l'entreprise .....	79
<b>Tableau N°60</b> : Motivations à être « entrepreneure » .....	80

<b>Tableau N°61 : Objectifs fixés pour l'entreprise à l'avenir .....</b>	<b>81</b>
<b>Tableau N° 62: Types de relations avec les salariés.....</b>	<b>82</b>
<b>Tableau N°63: valeurs phares de l'entreprise .....</b>	<b>82</b>
<b>Tableau N°64 : objectifs et motivations de création des entreprises en fonction de la période .....</b>	<b>83</b>

### Introduction générale

Suite aux réformes globales entreprises depuis 1988 pour passer d'une économie planifiée sur fond d'idéologie socialiste à une économie de marché d'essence libérale, l'entreprise économique privée est apparue comme un acteur incontournable de tout effort de développement aussi bien économique que social. Même si les circonstances des années 1990, sur les plans politique, sécuritaire et financière n'étaient pas favorables à un développement accéléré et remarquable de l'investissement privé des entreprises de petite et moins petite taille sont apparues pour faire face aux besoins grandissants des populations et combler tant soit peu le vide créé par la fermeture et l'arrêt de la plupart des entreprises publiques suite à la réduction du rôle économique de l'Etat, qui avait jusque là le monopole de l'investissement économique.

Ce rôle est désormais et avant tout celui des entrepreneurs qui sont devenus une catégorie sociale dont la place et le rôle ne cessent de prendre de l'ampleur au même temps que des jeunes entrepreneurs arrivent sur le marché sous l'impulsion de l'aide de l'Etat (L'ANSEJ, ANJEM,...etc.) ou de l'environnement familial propice. C'est ainsi que des femmes ont intégré cette catégorie dans le sillage d'un mouvement de féminisation de certaines activités et de la tertiarisation de l'économie.

L'intérêt que les chercheurs portent aux problématiques associées à l'entrepreneuriat féminin est globalement récent. Les premiers travaux de recherche incluant partiellement ou focalisant entièrement sur les femmes entrepreneurs datent de la fin des années 1970. Et depuis les études sur l'entrepreneuriat féminin se sont beaucoup multipliées et ont touché diverses facettes du phénomène. La majorité de ces études concernent les pays développés et bien que les chercheurs aient signalé des points communs à toutes les femmes chefs d'entreprise, des particularités existent selon les pays.

Les données statistiques sexuées et les études sur le sujet restent rares et parcellaires. Ce manque de visibilité conduit à négliger un potentiel de croissance qu'il conviendrait au contraire de stimuler, a fortiori dans un contexte d'évolution démographique qui interdit de se priver de l'apport et des talents féminins.

L'entrepreneuriat féminin est défini comme un ensemble d'activités effectuées en dehors du ménage qui permettent aux femmes de réaliser suffisamment de profits pour au moins maintenir son activité.

Dans ce présent travail, nous nous intéressons à la place de la femme dans les contextes économiques, à travers sa contribution à l'activité entrepreneuriale, qui constitue un indicateur majeur de son intégration dans le processus de développement.

La problématique de l'entrepreneuriat féminin suppose que les femmes entrepreneures occupent une place et jouent un rôle socio-économique spécifique qui ne peut être perçu en opposition par rapport à l'entrepreneuriat traditionnellement « masculin », mais plutôt complémentaire, ils constituent ensemble une dynamique entrepreneuriale qui s'inscrit dans le cadre global. Autrement dit, les différences en termes de motivations, ambitions, objectifs et valeurs ne signifient pas nécessairement opposition des projets et conflit des rôles, mais plutôt une complémentarité aussi bien économique que sociale. C'est ainsi, qu'on s'interroge sur les caractères spécifiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers la question principale : *« Par quoi se caractérise l'entrepreneuriat féminin en Algérie »?*

Pour mieux cerner cette question de départ, notre recherche s'est concentrée sur les questions spécifiques suivantes :

- 1- Quelles sont les motivations qui se cachent derrière le projet de création de l'entreprise chez les femmes ?
- 2- Quels sont les principaux obstacles que rencontrent ces femmes entrepreneures ?
- 3- Quelles sont les perspectives liées au développement de l'entreprise féminine ?

Pour répondre à ces questions, nous avons émis les deux hypothèses suivantes :

- ✓ La création des entreprises chez les femmes est concentrée dans les secteurs d'activités traditionnellement considérés féminins, et dans le milieu urbain.
- ✓ La motivation principale de création des entreprises chez les femmes est l'accomplissement de soi.

Bien entendu, ces hypothèses doivent être vérifiées sur le terrain par le recueil et l'analyse des informations apurées d'un échantillon des femmes entrepreneures. La méthodologie suivie, tout d'abord, nous avons commencé par une recherche bibliographique qui nous a permis de bien cerner notre travail. Puis la recherche empirique est l'approche par questionnaires, afin de collecter le maximum d'informations en un temps court apurées d'un échantillon répandu dans l'espace du territoire de la région d'étude (la wilaya de Bejaia).

Le présente mémoire est devisé en quatre chapitres développés en suivant le fil conducteur de la recherche :

Le premier chapitre porte sur L'entrepreneuriat : fondements et approches théoriques. Dans la première section nous avons abordé les deux concepts clés de notre problématiques à savoir : l'entrepreneuriat et l'entreprise .Et ce afin de les cerner à travers les approches théoriques qui les ont traités. La seconde section s'est intéressée aux approches théorique qui ont traité du phénomène de l'entrepreneurial pour montrer son importance et son ampleur dans les économies modernes et contemporaines. Ensuit la 3<sup>eme</sup> section qui porte l'approche du phénomène entrepreneurial en tant que phénomène économique et sociale.

Le second chapitre rapporte à l'entrepreneuriat féminin en tant qu'objet de recherche traité par diverses études réalisées dans un certains nombres de pays. Et ce, avant d'aborder dans la 2<sup>eme</sup> section l'évolution de la PME et de l'entrepreneuriat en Algérie de manière générale. Alors que la troisième section est consacrée spécifiquement à l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers les données statistiques officielles disponibles des dernières années.

Le troisième chapitre tente dans sa première section une description de l'état des lieux concernant l'entrepreneuriat féminin dans la région d'étude définie administrativement par la wilaya de Bejaia. Ceci est activement réparation et une reconnaissance du terrain avant la recherche empirique. La 2<sup>eme</sup> section présente la méthodologie d'enquête sur terrain : ses étapes et ses techniques. Tandis-que la 3<sup>eme</sup> est consacrée à la description de l'échantillon sélectionné des femmes entrepreneurs en présentant ses caractéristiques essentielles.

Le quatrième chapitre se rapporte à l'analyse des données recueillies sur le terrain. Ce travail est scindé en 3 section ; dont la première porte sur les projets de création des entreprises et les obstacles rencontrés. La deuxième est relative aux motivations, objectifs et valeurs de ces projets. Alors que la 3<sup>eme</sup> section est consacrée à l'axe portant sur le statut et le rôle des femmes entrepreneures en tant que femmes et entant qu'acteurs socio-économique à travers l'ambyvalence des rôles et des statuts.

La rareté des données statistiques sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie et le manque de documents comptables élémentaires et l'utilisation de certaines techniques statistiques ont été les principales difficultés auxquelles nous avons fait face, tout au long de la rédaction de ce travail.

## Introduction

L'objectif de ce chapitre est de clarifier la signification du concept « entrepreneuriat » qui est au centre de la problématique de la présente étude et qui est très complexe à saisir en raison de la multiplicité des significations et définitions qui lui sont attribuées par les différentes approches théoriques qui l'ont utilisé. Il comporte trois sections : la première section est consacrée à délimiter le champ théorique de l'entrepreneuriat et l'entreprise, et la seconde section nous présente l'évolution de l'entrepreneuriat à travers trois approches, à savoir l'approche fonctionnelle, l'approche comportementale centrée sur l'individu et l'approche centrée sur le processus. La dernière section tente d'appréhender les différentes situations d'entrepreneuriat et ses apports.

## SECTION 1 : Entrepreneuriat et entreprise : Définition et fondement théoriques

Comme il est défini en introduction, le but de cette section est de définir le cadre théorique dans lequel signent les concepts clés de notre étude.

### 1.1) L'entrepreneuriat et l'entrepreneur

Le terme entrepreneuriat est une traduction du terme anglais « *Entrepreneurship* », il ne figure pas dans le dictionnaire de la langue française mais il a été choisi au Québec (*Canada*) par le Conseil de la langue française<sup>1</sup> tandis que le mot entrepreneur vient du verbe entreprendre qui signifie tenter de, commencer à entretenir quelque chose, s'engager à mener une action. On dit d'une personne qu'elle est entreprenante lorsqu'elle fait preuve de dynamisme et d'audace dans le quelle elle entreprend<sup>2</sup>

S'il semble a priori difficile de trouver un consensus sur une définition, il est cependant possible d'identifier les trois problématiques génériques qui s'expriment dans le domaine et de repérer les facteurs considérés comme constitutifs de cette notion.

La littérature relative au concept d'entrepreneuriat propose une grande variété de définitions, « Il est considéré comme un déterminant majeur des performances économiques, s'agissant notamment des progrès dus à l'innovation. L'importance de son rôle structurel et du dynamisme qu'il impulse dans toutes les économies n'est plus à démontrer. Les pouvoirs publics admettent chaque jour davantage qu'il constitue un instrument : pour créer des

---

<sup>1</sup> Julien P-A., Marchesnay M., L'entrepreneuriat, Economica, 1996, p8.

<sup>2</sup> LE MAXIDICO, Dictionnaire encyclopédique de la langue Française, édition de la connaissance, Paris, 1997.P.425.

## CHAPITRE 1 : L'ENTREPRENEURIAT : FONDEMENT ET APPROCHES THEORIQUES

---

emplois, augmenter la productivité et la compétitivité, mais aussi lutter contre la pauvreté et atteindre des objectifs sociétaux, en ce sens qu'il aide certains segments de la population à se prendre en charge »<sup>3</sup>.

L'entrepreneuriat est de plus en plus considéré comme un élément clé des performances économiques, non pas simplement dans la zone OCDE mais dans le monde entier. Cet élément clé joue un rôle structurel et dynamique important dans toutes les économies. Les pouvoirs publics s'efforcent donc d'optimiser la contribution de l'entrepreneuriat à la réalisation des objectifs essentiels de leur action<sup>4</sup>.

Le concept d'entrepreneur a évolué dans le temps et dans l'espace, en raison de la complexité grandissante de l'activité économique et l'évolution de la théorie de l'entrepreneur. Son origine se trouve dans le vocable français qui remonte au XVI<sup>ème</sup> siècle. Selon Verin, quelle que soit l'époque considérée, l'activité de l'entrepreneur est assimilée à une action risquée.

L'entrepreneur est le principal acteur du phénomène entrepreneurial<sup>5</sup>. Il a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral.

*J.B.Say* lui a attribué le rôle de combiner les facteurs de production, justifiant ainsi son profit. Mais à cette époque où la pensée néoclassique était dominante, la figure de l'entrepreneur était presque absente, bien que quelques auteurs aient fait exception en le réaffirmant toujours comme un acteur essentiel de l'activité économique. Une autre définition pour lui « *L'entrepreneur est avant tout un preneur de risques qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte*<sup>6</sup>. »

En effet, la réhabilitation du rôle de l'entrepreneur est venue de *Knight(1921)* qui l'a défini comme « l'agent économique prêt à assumer le risque dans un monde incertain et qui sera par conséquent rémunéré par le profit ». Mais de son côté *Drucker*, parle justement de l'approche de *Schumpeter* qui : « *rompt avec l'économie traditionnelle, de façon encore plus*

---

<sup>3</sup> OCDE « **promouvoir l'entrepreneuriat et les pme innovantes dans une économie mondiale** : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée », 2<sup>ème</sup> Conférence des Ministres en charge des PME Istanbul (Turquie),2004. P.05.

<sup>4</sup> Idem p.9.

<sup>5</sup> TOUNÉS Azzedine. « L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE ». Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen, 2003, p.65.

<sup>6</sup> FAYOLLE Alain. « Introduction à l'entrepreneuriat ». DUNOD, Paris, 2005, 10p.



## CHAPITRE 1 : L'ENTREPRENEURIAT : FONDEMENT ET APPROCHES THEORIQUES

*radicale que ne le fit John Maynard Keynes vingt ans plus tard. Il énonça l'hypothèse selon laquelle c'est le déséquilibre dynamique créé par l'innovation de l'entrepreneur et non l'équilibre et l'optimisation, qui constitue la norme d'une économie en bonne santé et la réalité centrale de la théorie et de la pratique économique<sup>7</sup> ».*

Avec la fonction d'innovation et l'idée de « destruction créatrice », Schumpeter a donné à l'entrepreneuriat ses premières bases théoriques. D'après cet auteur, « l'entrepreneur c'est l'acteur principal du progrès technique en mettant en place des nouvelles combinaisons des facteurs de production et en introduisant de l'innovation sous ses différentes façons<sup>8</sup> ».

Kirzner, a défini l'entrepreneur comme « quelqu'un qui exploite les opportunités qui se présentent devant lui en faisant valoir son sens d'alerte<sup>9</sup> ». Ceci conduit à considérer l'entrepreneur comme quelqu'un d'opportuniste qui exploite les opportunités que lui offre l'environnement socio-économique. Par contre CASSON, s'intéresse à l'entrepreneur en tant qu'acteur décideur et coordinateur rationnel puisqu'il dit : « un entrepreneur est quelqu'un de spécialisé dans la prise (intuitive) de décisions (réfléchies) relatives à la coordination de ressources rares<sup>10</sup> ».

Dans cette ligne, Bygrave (1989) puis Bygrave et Hofer (1991) proposent la définition suivante (c) qui est fondée sur deux préalables (a et b) :

- a) Un événement entrepreneurial entraîne la création d'une nouvelle organisation pour l'exploiter ;
- b) Le processus entrepreneurial comprend tout les fonctions, activités et action inhérentes à la perception d'opportunités et à la création des organisations pour les exploiter ;
- c) Un entrepreneur est quelqu'un qui perçoit une opportunité et qui crée une organisation pour l'exploiter.

Selon Manfred (1997) : les entrepreneurs sont des individus tournés vers l'action et les résultats concrets, ils aiment décider et refusent la routine, le travail répétitif. D'une manière claire on peut résumer les définitions de l'entrepreneur comme suit :

---

<sup>7</sup> Drucker, *Les entrepreneurs, L'expansion/Hachette, 1985, p52.*

<sup>8</sup> TOUNÉS Azzedine, *op .cit.* p.65.

<sup>9</sup> Kirzner(1973) in M. Dejardin, « l'entrepreneuriat, le territoire et les conditions de leurs dynamiques cumulatives », *Colloque « convergences et disparités régionales au sein de l'espace européen », Bruxelles, 2004.*

<sup>10</sup> CASSON Mark. « L'entrepreneur » *ECONOMICA*, Paris, 1991, p22.

## CHAPITRE 1 : L'ENTREPRENEURIAT : FONDEMENT ET APPROCHES THEORIQUES

Tableau n° 1. Quelque définition du concept « entrepreneur » selon les écoles de pensée.

Appellation des écoles	Courante de recherché	Definition de l'entrepreneur	Auteur de référence
L'école économiques	Approche comportementale	Un entrepreneur est spécialisé dans la prise intuitive de décisions réfléchies relatives à la coordination de ressources	Casson (1991)
L'école comportementale	Approche comportementale	L'entrepreneur se définit par l'ensemble des activités qu'il met en place pour créer une organisation	Gartner (1988)
L'école psychologiques avec les courants personnalistes et cognitifs	Approche déterministe	L'entrepreneur se définit par un certain nombre d'attributs psychologiques que l'on décrit autant par la personnalité que par les processus cognitifs activés pour la circonstance	Shaver et Scott (1991)
L'école des processus	Approche comportementale	L'entrepreneur est celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter	Bygrave et Hofer (1991)

Source : réalisé Par les auteurs à partir d'une revue de la littérature relative aux entrepreneurs.

### 1.2) Caractéristiques et typologie des entrepreneurs

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

#### 1.2.1) Les traits de caractère

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

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

vient de voir précédemment, qui est assez convaincant pour prendre la décision de devenir entrepreneur.

L'entrepreneur est proprement caractérisé par la vision stratégique, les relations humaines, la capacité à motiver autrui, l'intégrité et la sincérité. Un entrepreneur n'abandonne jamais et suit son processus jusqu'au bout quelque soit le temps ou l'effort demandé.

### **1.2.2) L'entrepreneur est un opportuniste**

Entreprendre « c'est conquérir une place sur le marché »<sup>11</sup>.

L'entrepreneur est un innovateur qui sait discerner les opportunités d'affaires dans l'économie et se met face à la concurrence du marché.

### **1.2.3) L'entrepreneur est un organisateur**

L'entrepreneur, « c'est l'être ingénieux qui sait habilement organiser les ressources nécessairement limitées »<sup>12</sup>

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

### **1.2.4) L'entrepreneur est un joueur**

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

### **1.2.5) L'entrepreneur est motivé**

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

---

<sup>11</sup> JULIEN Pierre-André et MARCHESNAY Michel. « L'Entrepreneuriat ». ECONOMICA, Paris, 1996. p. 52.

<sup>12</sup> Idem. P.52.

**1.2.2) Les Typologies d'entrepreneurs**

Nous présentons quatre typologies d'entrepreneurs les plus courantes dans les études qui comportent sur le phénomène entrepreneurial dans le tableau qui suit :

**Tableau N°2 : Typologies d'entrepreneurs**

<b>Auteurs/ Situations</b>	<b>Typologie d'entrepreneur</b>	<b>Caractéristiques</b>
<b>Norman Smith (1960) Selon les conditions de création</b>	L'artisan	Crée son propre entreprise sans grande expérience en gestion, possède une compétence technique, se localise dans des activités peu innovantes.
	L'opportuniste	Agée et expérimenté notamment en gestion (cadre ou ingénieur), son projet est lié à une opportunité d'innovation, son capital personnel lui sert d'appuis solides.
<b>Selon le profil du dirigeant</b>	Le technicien	S'intéresse aux conditions de fabrication du produit, met en valeur ses compétences professionnelles, savoir-faire, son métier.
	Le manager	Se concentre sur le problème de gestion des ressources (diplômés en gestion, cadre administratif), s'intéresse à la réduction des coûts, à l'économie des moyens, et aux investissements hors production.
<b>Miles et snow Selon les conditions d'innovation</b>	Prospecteur	Innovateur pur, cherche en permanence des innovations (procédé/produit) qu'il développe lui-même mais il n'est pas sûr de leur rentabilité. Il n'est pas intéressé par le devenir de l'entreprise, peut créer l'entreprise puis la revendre (exemple : biotechnologie) pour des fins de fabrication et de commercialisation.
	Innovateur	Cherche des innovations (de produit/procédé) et les exploite lui-même, une pression est exercée sur lui par les donneurs d'ordre ou distributeurs, possède une veille technologique et concurrentielle très forte et possède un budget de R&D qui peut être très élevé.
	Suiveur	Imite, suit de façon proactive et délibérée les innovations sur le marché, améliore les innovations (de l'innovateur) en baissant les coûts des produits (entreprises japonaises, par exemple).
	Réacteur	Adopte une stratégie émergente et réactive, adopte une attitude opportuniste et passive, son attitude est très payante lorsque les clients sont fidèles à l'entreprise ou à son patron qu'aux produits, attendent les modifications de procédés ou de produit pour réagir.
<b>Selon la logique d'action</b>	PIC (Pérennité, indépendance et croissance)	Cherche à accumuler du patrimoine des actifs, accorde priorité à la pérennité de son affaire, souhaite préserver l'indépendance patrimoniale, refuse l'association et les emprunts extérieurs, croissance acceptée sans mettre en cause la pérennité et l'indépendance patrimoniales (affaires familiales), il préfère les investissements matériels, méfiant à l'égard de l'externalisation d'activités et les investissements immatériels, ils privilégient une logique d'accumulation au détriment d'une rentabilité apparente.
	CAP (Croissance, autonomie et pérennité)	Valorisation des capitaux, rentabilité à court terme élevée, valeur de cession de l'affaire, privilégie les activités de croissance forte et risquée, cherche l'autonomie de décision, ne se préoccupe pas des problèmes d'indépendances du capital ni par la pérennité de son affaire, accorde la priorité aux investissements immatériels, la tendance à l'externalisation des activités, préfère les structures légères et adaptives.

**Source** : Etabli à partir de JULIEN Pierre-André et MARCHESNAY Michel « Entrepreneuriat ». Ed ECONOMICA, 1996.P 55.

### 1.3) La petite et moyenne entreprise (PME)

Les PME représentent la quasi-totalité des entreprises, elles opèrent dans plusieurs sphères de l'économie, on les retrouve dans tous les secteurs : l'agriculture, la haute technologie, le commerce de détail et un nombre croissant des services.

Avant de définir les PME il faut avoir d'abord c'est quoi l'entreprise. Selon le dictionnaire des sciences économiques l'entreprise est définie comme suite : « *est une unité économique dotée d'une autonomie juridique qui combine des facteurs de production (capital et travail) pour produire des biens économiques ou des services destinés à être vendus sur un marché* »<sup>13</sup>

#### 1.3.1) Diversité de la définition des PME

La PME pose un problème au niveau de sa définition, car elle ne possède pas la même identité. Elle change de critères d'un pôle à un autre et d'une économie à une autre. Les PME sont des entités dont la définition est déterminée selon certains critères tels que la taille (le nombre d'employés), le bilan annuel et le chiffre d'affaires.

Selon O. Torrès, « Les PME sont considérées comme des entreprises aux multiples vertus : adaptabilité, flexibilité, créativité, ambiance de travail conviviale... »<sup>14</sup>

Plusieurs auteurs proposent différentes définitions de la PME. Selon WEBER (1988) « les entreprises diffèrent par la taille, le métier, la nature du capital (personnel, familial, étranger,...), mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante, filiale, sous-traitante), le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé, en expansion ou en déclin,...) à l'origine sociale de son chef, son capital culturel et relationnel, son identité patronale »<sup>15</sup>.

Deux types de critères combinés définissent la PME. Les critères quantitatifs et les critères qualitatifs. Les critères quantitatifs désignent l'effectif des employés dans une entreprise ainsi que le chiffre d'affaire, les critères qualitatifs à leur tour désignent la responsabilité personnelle du dirigeant par exemple. Mais la pratique a plus tendance à se baser sur les critères quantitatifs.

---

<sup>13</sup> ANAIN Beiton, A. Cazorla, C. Dollo, A-Mary Drai. « Le dictionnaire des sciences économiques » 2<sup>e</sup> éd, ARMAND COLIN. Paris, 2007. P.181.

<sup>14</sup> OLIVIER TORRES : « LES PME ». Ed. Flammarion. 1999. p 13.

<sup>15</sup> OLIVIER Colot « La transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». 2007. p. 19.

### 1.3.1.1) L'approche qualitative

TORRES s'est inspiré de l'analyse de MAHE pour développer trois caractéristiques basées sur le sigle de PME :

-le « **P** » qui selon TORRES représente « **l'effet papillon** ». C'est-à-dire qu'un simple mouvement, une petite erreur ou problème mineur peut induire des conséquences majeures. Un problème comme par exemple l'arrivée d'un nouveau concurrent ou encore refus d'un prêt bancaire.

-le « **M** » correspondant à « **l'effet de microsisme** » traduit le résonnement du dirigeant.

-puis le « **E** » pour « **l'effet Egotrophie** », le dirigeant est l'élément central de l'organisation en matière de prise de décisions.

### 1.3.1.2) L'approche quantitative

La définition de la PME diffère selon les pays, les auteurs et les secteurs d'activité. Aux Etats-Unis par exemple, une entreprise de 500 salariés est encore considérée comme une PME. En Belgique, le seuil est fixé à 200 et seulement à cent en Suisse, exprimé par Torres. De ce fait, la comparaison internationale est vraiment difficile. Par cette approche, des frontières sont établies entre les petites, moyennes et grandes entreprises en fonction de leur taille. Les critères principalement utilisés sont l'effectif d'employés et le chiffre d'affaires, ces critères sont partagés mais aucune définition standard n'est prévue. L'observatoire européen définit la PME comme une entreprise de 499 travailleurs. Au niveau de ces PME, il distingue trois catégories d'entreprises, nous retrouvons alors les TPE, les PE (petites entreprises) et les (ME) moyennes entreprises, leur taille est distinguée ainsi :

TPE de 0 à 9 travailleurs,

PE de 10 à 99 travailleurs,

Et les ME de 100 à 499 travailleurs.

Les PME représente un groupe très hétérogène, « la classification selon leur taille ne reprend pas exactement les recommandations édictés par l'OCDE en 1992. Nous avons notamment été amenés à procéder à trois subdivisions supplémentaires :

-les TPE (1-9 salarié et 10-19 salariés) ;

-les PME (20-49 salariés, 50-99 salariés, 100-250 salariés et 251-499 salariés) ; la classe 100-499 salariés a été séparé en deux catégories. Ce choix résulte de la législation européenne, qui

exclut les entreprises de plus de 250 salariés de procédures telles que les aides aux investissements matériels»<sup>16</sup>.

Conformément à la recommandation du 6 mai 2003 de l'Union européenne et à des fins de simplification, les différentes tailles des entreprises sont présentées comme suit :

- TPE « 1 à 19 salariés » avec un chiffre d'affaire de 2 millions d'euros, et parfois de 1 à 9 salariés qualifié de micro-entreprises
- Petites entreprises «20 à 49 salariés » le montant du chiffre d'affaires et le total du bilan seront à 10 millions d'euro ;
- Moyennes entreprises « 50 à 249 salariés » avec un chiffre d'affaire de 50 millions d'euros et un total du bilan de 43 millions d'euros.

Cependant, elle n'a été appliquée qu'à partir du 1 janvier 2005 dans le but de permettre une meilleure transition. L'Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques, L'INSEE (Français) maintient la taille maximale d'une entreprise à 499 travailleurs.

### 1.3.2) Caractéristiques de la PME<sup>17</sup>

Les PME possèdent des caractéristiques hétérogènes qui varient en fonction des atouts qui leur confèrent des avantages ou des faiblesses qui entravent leur développement.

Nous pouvons résumer ces atouts en trois éléments essentiels à savoir les différentes contradictions :

1. La rapidité de la prise de décision ou la PME affiche une grande souplesse lui permettant d'avoir une certaine vitesse de réactivité aux événements imprévisibles qui la secoueraient ;
2. La fluidité de la circulation de l'information favorisée par le nombre réduit des employés de la PME, ce qui rend la communication entre ses dirigeants très fluide, augmentant ainsi les potentialités de concertation et de réactivité ;
3. La concentration de l'effort du fait que la PME ne détient qu'un marché ou un segment de marché qu'elle maîtrise parfaitement, ce qui lui donne en permanence une vision nette de son évolution et lui permet de réaliser la meilleure adéquation produit/marché.

---

<sup>16</sup> DIVRY Christine, TROUVE Philippe. « PME et innovations ». La documentation française, Paris, 2004, p. 150.

<sup>17</sup> OUKACI Moustafa « *Essai de mesure de la contribution de la connaissance à la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia* » Mémoire de Magister, université de Bejaia, 2010, p. 23.

Par contre, les faiblesses qui pénalisent leur développement se résument comme suit :

1. L'autonomie qui demeure pour un grand nombre des PME très relative, du fait de leur orientation vers la sous-traitance pour les grands groupes ;

2. La fragilité de la structure financière ou la majorité des bilans des PME est caractérisée par le prix élevé du court terme ;

3. Le manque de notoriété car les PME sont en général peu connues, aussi bien du public que des éventuels partenaires de l'entreprise (fournisseurs, clients, administrateurs, banques), ce qui engendre un manque de confiance de ces derniers à son égard.

4. La difficulté de se procurer des ressources financières et humaines à cause de sa faible capitalisation et son manque de notoriété, au même titre que le recrutement des compétences professionnelles qui préfèrent vendre leurs services aux grands groupes pour diverses raisons, notamment le salaire et le choix de carrière.

### Section 2 : Les approches théoriques du phénomène entrepreneurial

L'étude de l'entrepreneuriat n'a pas été l'apanage d'une catégorie de chercheurs ce qui explique sûrement le côté multidimensionnel de la notion. Selon Fayolle (2004), trois questions génériques proposées par Steveson et Jarillo (1990) peuvent résumer une partie importante de l'activité de recherche en entrepreneuriat :

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

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

« *How do entrepreneurs act ?* » le « comment » a poussé les chercheurs en gestion et stratégie à s'intéresser sur ce que fait l'entrepreneur et non pas ce qu'il est. De par là, Gartner s'est posé le « qui », ainsi pour y remédier au problème, la question posée est « *Who is an entrepreneur* <sup>18</sup> ?

A. Fayolle identifie trois problématiques génériques qui s'expriment dans le champ de l'entrepreneuriat<sup>19</sup> :

---

<sup>18</sup> FAYOLLE A., « Introduction à l'entrepreneuriat », Paris : Dunod, 2005.p.10.

<sup>19</sup>Ibid. p. 13.



- **L'entrepreneuriat en tant qu'objet de recherche** qui revient à s'intéresser à des comportements individuels et/ou organisationnels, au couple individu/projet...

L'historique des approches fondamentales apporte un éclairage intéressant pour appréhender le caractère multidimensionnel du concept.

- **L'entrepreneuriat en tant que domaine d'enseignement** qui est plus focalisé sur des connaissances spécifiques et des connaissances utiles pour entreprendre (business plan, lancement des activités, management, stratégie de développement de la jeune entreprise...).

- **L'entrepreneuriat en tant que phénomène économique et social** s'intéresse à des effets, à des résultats de l'acte d'entreprendre : la création d'entreprises et d'emplois, l'innovation, le renouvellement des entreprises, la réinsertion, les changements d'état d'esprit.

Plusieurs approches aux perspectives théoriques et méthodologiques différentes peuvent ainsi être mentionnées :

### 2.1) L'approche fonctionnelle des économistes :

Les bases historiques de l'entrepreneuriat appartiennent aux sciences économiques. Le concept d'entrepreneuriat apparaît dans la littérature économique à travers les écrits de:

Richard .Cantillon, qui a décrit la fonction de l'entrepreneur et son importance dans le développement économique. Il souligne dans son analyse du phénomène entrepreneurial, le rôle de l'incertitude et du risques, puisque selon lui : « *l'entrepreneur et agent de direction de la production et de commerce qui supporte seul les risques liés au contraintes du marche et aux fluctuations des prix. L'entrepreneur Cantillon effectue des achats à des prix certains pour se procurer toutes les ressources nécessaires a sa production.ses ventes et ses recettes sont, par contre, aléatoire, ce qui rend incertain l'espérance de profit* »<sup>20</sup>

Jean-Baptiste Say, est le deuxième économiste à s'être intéressé aux activités de l'entrepreneur, dont il dit « *l'entrepreneur est avant tout un preneur de risques qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte*<sup>21</sup>. »

<sup>20</sup> Cantillon (1755), cité par O .Toutain, « Entrepreneuriat, territoire et développement économique : une question de configuration ou de dosage ? », cahier de recherche « L'art d'entreprendre »N° 2/10 EM Lyon, 2010, p 02.

<sup>21</sup> FAYOLLE Alain, Op.cit. p.10.

Ensuite la vision de Schumpeter (1935), véritable père du champ de l'entrepreneuriat. Avec la publication de sa Théorie de l'évolution économique, Schumpeter fait de l'entrepreneur une figure centrale du développement économique. Il est un agent du changement qui prend des risques pour innover, notamment en réalisant de nouvelles combinaisons productives. Fillon, basée essentiellement sur l'innovation émergea. Pour lui, « *L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons* »<sup>22</sup>

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

### 2.2) L'approche centrée sur les individus :

Cette approche vise à produire des connaissances sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs comme leurs traits de personnalité leurs motivations, leurs comportements mais également leurs origines et leurs trajectoires sociales. Weber a ainsi mis en évidence l'importance du système de valeurs et leur rôle dans la légitimation et l'encouragement aux activités entrepreneuriales, cette approche à identifie une ou plusieurs caractéristiques.

McClelland a expliqué que « l'entrepreneur se caractérise par un besoin d'accomplissement élevé ; il préfère être responsable de la solution des problèmes, établir ses propres objectifs et les atteindre par leur seul effort .ils ont également tendance à prendre des risques modérés en fonction de leur habilités... »<sup>23</sup>.

Plusieurs typologies d'entrepreneur sont proposées, sur la base des caractéristiques psychologiques, sans pouvoir distinguer un profil type d'entrepreneur .en ce sens, nous pensons que tout individu est le produit de son milieu d'appartenance ; les entrepreneurs sont influencés par leur environnement proche et reflètent d'une certaine façon, les caractéristiques du temps et du lieu où ils évoluent.

---

<sup>22</sup>Idem. p10.

<sup>23</sup> E-M. Hernandez, « Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Paris, L'Harmattan, 1999, p256

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

### 2.3) L'approche basée sur les processus :

Ces approches ont proposé aux chercheurs de s'intéresser à ce que font les entrepreneurs et non pas à ce qu'ils sont. Ainsi les chercheurs sont orientés vers la question comment les nouvelles entreprises sont elles fondées ?, comment les entrepreneurs agissent ? Six comportements décrivent l'activité entrepreneuriale ont été identifiés par Gartner en 1985:

- « L'entrepreneur localise une opportunité d'affaire ;
- L'entrepreneur accumule des ressources ;
- L'entrepreneur fait marchander des produits et des services ;
- L'entrepreneur produit des produits ;
- L'entrepreneur construit une organisation ;
- L'entrepreneur répond aux exigences du gouvernement et de la société »<sup>24</sup>.

Le processus entrepreneurial peut être défini de la façon suivante : « Le processus entrepreneurial englobe toutes les fonction, activités et action associés avec la perception d'une opportunité et la création d'une organisation »<sup>25</sup>

Après ces approches, il y'a eu la théorie de la contingence<sup>26</sup> et la théorie processuelle<sup>27</sup>. Ce phénomène qu'est l'entrepreneuriat est très complexe et nous renvoie à des situations tellement hétérogènes qu'il n'est pas possible de nous arrêter sur une des définitions présentées mais on peut l'expliquer à travers ces trois conceptions :

#### a- La conception d'émergence organisationnelle

L'émergence organisationnelle, qu'on peut qualifier de naissance de nouvelles organisations permettant aux individus de créer de nouvelles entités, est un concept souligné

---

<sup>24</sup> FAYOLLE Alain. «Introduction à l'entrepreneuriat ». DUNOD, Paris, 2005, p. 14.

<sup>25</sup> Idem. p 14.

<sup>26</sup> Dans la théorie de la contingence (Il ya eu la définition de l'entrepreneur par la diversité et complexité des organisations et des formes de l'entrepreneuriat).

<sup>27</sup> Remplacement du créateur comme un des acteurs illustrant l'entrepreneuriat.

par Gartner qui définit l'entrepreneuriat comme étant un processus consistant à créer et organiser de nouvelles activités.

### **b- La conception d'opportunité entrepreneuriale**

Dans cette conception, l'entrepreneuriat est lié aux opportunités qui se retrouvent dans la nature. L'entrepreneur dans ce cas, découvre les opportunités, se les approprie et les transforme en réalité économiques. Comme à la première conception, cette approche présente son intérêt sur l'émergence mais cette fois-ci sur l'émergence d'une nouvelle activité qui n'est pas nécessairement liée à l'émergence d'une nouvelle organisation. L'activité est constituée d'un ensemble d'idées entrepreneuriales, elle peut être considérée nouvelle si elle présente une nouvelle combinaison d'idées existantes ou encore si elle crée une nouvelle idée qu'elle combine avec les idées préexistantes.

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

### **c- La conception de Bruyat (1993)**

Pour Bruyat, « l'objet scientifique étudié dans le champ de l'entrepreneuriat est la dialogique individu/création de valeur »<sup>28</sup>. Cette dialogique peut être définie comme suit: « l'individu est une condition nécessaire pour la création de valeur, il en détermine les modalités de production, l'ampleur...il en est l'acteur principal. Le support de la création de valeur, une entreprise par exemple, est la « chose » de l'individu, nous avons :

INDIVIDU -----> CREATION DE VALEUR

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

CREATION DE VALEUR -----> INDIVIDU »<sup>29</sup>.

Pour Bruyat, le système entrepreneurial s'inscrit dans une dynamique de changement, où l'individu est observé à la fois comme étant l'acteur de la création de la valeur et l'objet de la création de valeur. Ce système entrepreneur (individu/création de valeur, création de

<sup>28</sup> BRUYAT Christian. « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation ». Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), France, 1993, p. 57.

<sup>29</sup> Ibid. p. 59.

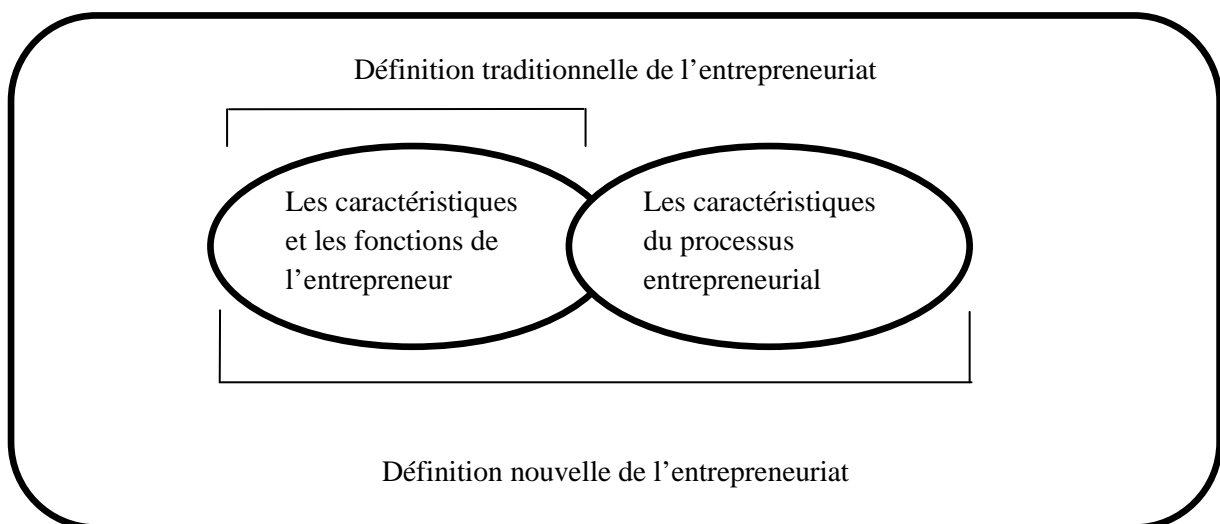
## CHAPITRE 1 : L'ENTREPRENEURIAT : FONDEMENT ET APPROCHES THEORIQUES

valeur/individu) est en interaction avec son environnement « un système ouvert », il subit ses menaces mais forte heureusement qu'il saisie les opportunités.

**d- Les paradigmes de l'entrepreneuriat** Alain Fayolle et Verstraete, résument les différentes approches en s'appuyant sur une revue de littérature. Quatre paradigmes apparus dans cette revue nous permettent de cerner le domaine de l'entrepreneuriat :

- ❖ **Paradigme de l'opportunité des affaires.** Dans ce point, l'acte entrepreneurial est expliqué par les opportunités qu'on peut rencontrer, saisir et exploiter.
- ❖ **Paradigme de la création d'une organisation.** Dans ce paradigme, l'entrepreneuriat ne se résume pas uniquement à la création d'entreprises mais concerne plutôt le phénomène « d'émergence organisationnelle » au sens large.
- ❖ **Paradigme de l'innovation.** Selon ce paradigme, l'entrepreneuriat n'existe pas sans l'innovation.
- ❖ **Paradigme de la création de valeur selon Bruyat en 1993.** L'entrepreneuriat dans ce dernier est considéré comme un processus dynamique de création de valeur nouvelle mais sans innovation nécessaire.

Bygrave et Hofer (1991) considèrent l'entrepreneur comme celui qui développe des opportunités et crée une organisation pour les exploiter. Ils nous donnent la représentation, schématisée dans la figure n°1, de l'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat.



**Figure n°1** : Définition de l'entrepreneuriat selon Bygrave et Hofer, 1991.

**Source** : M. Coster, « entrepreneur et entrepreneuriat », acte de la journée cadre et entrepreneuriat : Mythes et réalités, les cahiers du GDR.2002.P.09.

## CHAPITRE 1 : L'ENTREPRENEURIAT : FONDEMENT ET APPROCHES THEORIQUES

Ce tableau synthétise les différentes approches.

**Tableau n° 3:** Synthétise des recherches en entrepreneuriat

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

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

### SECTION 3 : L'entrepreneuriat, phénomène économique et sociale

Les apports de l'entrepreneuriat à l'économie et à la société concernent la création d'entreprise, la création d'emploi, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement de changements structurels. On distingue trois situations d'entrepreneuriat à savoir<sup>30</sup> :

#### 3.1) La création d'entreprises et le renouvellement du parc

La création d'entreprise est un concept à facettes multiples qui se révèlent dans le temps et les entreprises nouvelles constituent un objet hétérogène, il reste néanmoins possible de préciser l'importance du phénomène.

La création d'entreprises recouvre les situations différentes :

##### ✓ La création ex-nihilo

*Ex nihilo* est une expression latine signifiant « à partir de rien ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce, d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement

<sup>30</sup> Alain Fayolle, op cit. p (40-43)

dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être évalués.

### ✓ **La création par essaimage**

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

### ✓ **Création de filiale**

L'entrepreneur agit, dans ce cas, pour le compte d'une entreprise existante qui lui confie de nature entrepreneurial. Les risques personnels sont très limités et les conditions matérielles proposées sont celle d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir, à condition de pouvoir et accéder, à celui qui veut entreprendre mais qui ne fait pas par peur des risques et pour ne pas remettre en cause sa situation personnelle et familiale.

### ✓ **La création par 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. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

### **3.1.1) La reprise d'entreprise**

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les

niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante.

Au moins deux cas de reprise d'entreprise peuvent être examinés :

✓ **La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé:**

La principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise;

✓ **La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté:**

Si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît comme une condition importante. Si le prix d'acquisition de ces entreprises est sans commune mesure avec celui des entreprises en bonne santé, il ne faut jamais perdre de vue que ces structures nécessitent généralement une très forte recapitalisation financière. Reprendre une entreprise en difficulté nécessite également une bonne connaissance des situations de crise. Il convient en effet, de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux: personnel, clients, fournisseurs, partenaires...

### 3.1.2) L'intrapreneuriat

« L'intrapreneuriat est le processus par lequel un individu (ou un groupe d'individus), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou génère le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation. » (P. Sharma et J.-J. Chrisman, 1999). Cette définition est intéressante à plus d'un titre : d'abord, elle met en évidence la dimension individuelle du processus intrapreneuriat et souligne l'existence d'une association entre individu et organisation. Elle inclut, parmi les finalités du processus intrapreneuriat, non seulement la création de nouvelles activités, mais également toute innovation ou transformation majeure de l'organisation.

Les relations entre les deux « associés » (individu ou groupe d'individus et l'organisation) aussi asymétriques et interdépendant sont forcément complexes.



### 3.2) L'innovation

L'économiste autrichien Joseph Schumpeter (1935), avec la fonction d'innovation et l'idée de « destruction créatrice », a donné à l'entrepreneuriat ses premières bases théoriques. D'après cet auteur, les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de « destruction créatrice » en identifiant les opportunités que les acteurs en place ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques.

La fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur de développement économiques. Selon DRUCKER « *l'innovation est l'instrument spécifiques des entrepreneurs, le moyen d'utiliser le changement comme une opportunité ouverte sur une affaire ou un service différent. Elle peut être présentée comme une discipline, elle peut s'apprendre et se pratiquer. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovation, les changements et les indices qui signalent les innovations qui peuvent réussir. Ils doivent connaître et appliquer les principes qui permettent à ses innovations de réussir* ». <sup>31</sup>

De ce fait Julien et Marchesnay voient que « l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou encore pour réorganiser l'entreprise » <sup>32</sup>

### 3.3) La création d'emplois

Depuis le début des années 1970, la création d'entreprise apparaît comme une source potentielle d'emplois et une réponse au problème du chômage. Des chiffres sont, en général, prudemment avancés pour tenter de quantifier le nombre d'emplois générés par la création d'entreprise.

La difficulté principale réside dans la définition qui est donnée au mot « emploi » : s'agit-il d'emplois directs ou d'emplois induits ? D'emplois créés ou d'emplois pérennisés ? D'emplois à temps plein ou d'emplois à temps partiel ? Malgré tout, on peut considérer, en nous appuyant sur les travaux de l'APCE, que la création d'entreprise contribuerait à créer annuellement, en France, environ 400.000 à 450.000 emplois, alors que la reprise d'entreprise

---

<sup>31</sup> DRUCKER Peter « les entrepreneurs ». Traduit de l'américain par patrice Hoffman. Ed. L'expansion ACHETTE, JCLattès .1985.

<sup>32</sup> Thierry verstraete et Alain Fayolle, paradigmes et entrepreneuriat, revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, 2005, p41

permettrait d'en sauvegarder environ 300.000. Il s'agit bien, ici, d'emplois créés ou sauvegardés au moment de l'acte entrepreneurial, et non pas d'emplois pérennisés, au bout d'une période donnée (trois ou cinq ans, par exemple).

La création des entreprises est également un vecteur de réinsertion sociale. Elle permet à des chômeurs de plus ou moins longue durée, dans certaines conditions, de retrouver un emploi créé grâce à leur sens de l'initiative, à leur ténacité et à leur esprit d'entreprendre. Dans ce cas la création des entreprises (T.P.E) est synonyme d'auto-emploi.

### **3.4) L'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations :**

Des entreprises et des institutions cherchent à développer, à retrouver ou à conserver certaines caractéristiques entrepreneuriales comme la prise d'initiatives, la prise de risques, l'orientation vers les opportunités, la réactivité ou la flexibilité.

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

### **3.5) Mutations structurelles, politiques, économiques et sociales**

La création d'entreprises constitue, très souvent, une modalité forte d'accompagnement des processus de mutations structurelles et de changement de l'environnement politiques, technologiques, social et organisationnel. Ces mutations et ces changements génèrent de l'incertitude et de l'instabilité qui vont être à l'origine de l'apparition d'opportunités de création de nouvelles activités économiques.

## **Conclusion**

L'entrepreneuriat en tant qu'objet de recherche et au centre de plusieurs disciplines (économique, sociologie, psychologie...etc.) et intervient à tous les niveaux de la société et dans divers champs sociaux. Il préoccupe aussi bien les chercheurs, les responsables politiques que les personnes en recherche d'emplois.

## **CHAPITRE 1 : L'ENTREPRENEURIAT : FONDEMENT ET APPROCHES THEORIQUES**

---

L'entrepreneuriat en tant que phénomène socio-économique est lié à la dynamique économique de la société. C'est un phénomène de progrès qui permet la création de richesses, le développement du marché et des échanges, l'absorption du chômage et le développement de la catégorie des entrepreneurs en tant que force motrice de la société...etc. C'est pourquoi, il est intéressant de consacrer des travaux de recherche à la réalité de ce phénomène dans l'économie algérienne en interrogeant le rapport dialectique qui lie l'entrepreneur à l'entreprise ou le rapport du créateur à l'objet créé, car en fin de compte l'entrepreneur affirme son existence par la création de son entreprise.

## **Introduction**

L'intérêt primordial dans ce chapitre est de donner un aperçu théorique des études antérieures effectuées par différents auteurs et les paradigmes ayant traité le phénomène de l'entrepreneuriat féminin. Ensuite, il est question de préciser les facteurs de motivation ou de blocage qui favorisent / entravent le parcours entrepreneurial des femmes, après essai d'analyse l'entrepreneuriat en Algérie et spécifiquement l'entrepreneuriat féminin.

### **SECTION 1 : l'entrepreneuriat féminin en tant qu'objet de recherche**

L'entrepreneuriat prend de plus en plus de l'importance au niveau mondial. De plus, l'entrepreneuriat féminin prend sa part dans ce phénomène et contribue au développement de nombreux pays étant considéré comme une nouvelle stratégie pour l'enrichissement de leur économie.

Depuis les années 80, de nombreuses études ont été consacrées à la problématique des femmes entrepreneures. Ainsi ont été tour à tour étudiées les motivations des entrepreneures, leurs caractéristiques personnelles, leurs relations avec l'environnement, les modes de gestion de leurs entreprises, les difficultés qui leur sont particulières... permettant de mieux les connaître et élaborer des stratégies appropriées à leur développement quantitatif, mais aussi qualitatif.

#### **1.1) Quelques éléments de recherche sur l'entrepreneuriat féminin**

Les femmes entrepreneures sont largement marginalisées et restent invisibles dans les recherches dominantes consacrées à l'entrepreneuriat»<sup>1</sup>.

« Le processus entrepreneurial est perçu comme une séquence itérative de variation, sélection et pérennisation ancrées dans l'histoire et la culture de la société»<sup>2</sup>. Ce qui s'explique par le fait est ; que l'histoire et la culture ont attribué des rôles différents à la société, l'entrepreneuriat féminin dans ce cas diffère de celui du masculin.

Les managers féminins sont différents des managers masculins dans leur manière d'entreprendre « entreprendre de façon offensive ». cela est sûrement du à la société, parce

---

<sup>1</sup> OCDE, « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée ». 2<sup>ème</sup> Conférence des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME). Istanbul, 2004. p.29.

<sup>2</sup> Idem. p. 30.

que ces femmes même si elles créaient leurs entreprises mais elles créaient des entreprises de petite taille afin d'assurer leur succès tout en respectant les responsabilités et les devoirs familiaux.

Les recherches concluent que les femmes sont victimes de discrimination comme salariées ou encore comme demandeuses d'emploi. Beaucoup d'établissements, d'institutions et d'entreprises ne reconnaissent même pas leurs compétences et n'accèdent pas aux postes à haute responsabilité malgré leur niveau de formation qui est en progression continue : «La femme de mouvement conquise à titre individuel constitue pour la plupart d'entre elles (femmes), l'un des socles de leur désir d'entreprendre et d'innover»<sup>3</sup>.

A partir des années 2000, on commence à comprendre que le mode de management devient de plus en plus féminisé au niveau de différentes organisations qui évoluent, sa réflexion porte sur le modèle de gestion des femmes dans différents domaines ; que ce soit économique, politique, administratif ou encore financier.

Poursuivant sa réflexion, Lunghi pense que « le fondement de base du management féminin repose essentiellement sur le fait que les femmes croient à la convivialité et à l'établissement de rapports individuels et sociaux qui ne sont pas régis par la force ou la violence. Leur expérience de la gestion des rivalités entre les enfants, transposée à l'entreprise, leur est sans doute d'une grande utilité. En fait, selon cet auteur, l'expérience parentale (maternelle) est la première école de management. Autrement dit, le développement de la capacité à organiser, à déléguer, à écouter, à régler les conflits latents est une des spécificités féminines émanant de la qualité intrinsèque de mère. »<sup>4</sup>. Il a également cité que ces femmes redoutent de parler des spécificités les concernant de peur qu'elles soient ghettoïsées. Autrement dit de peur de se faire enfermer dans des stéréotypes et de les mettre à l'écart.

En utilisant les quatre dimensions du modèle de Gartner (1985)<sup>5</sup> comme base pour les futures recherches empiriques sur les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin, le travail de Brush devient original. Ils distinguent alors la coopération et le réseautage comme caractéristiques fondamentales de ce phénomène. Dans un contexte approprié, ces caractéristiques trouvent leur place compte tenu du rôle de la femme dans la société et de

---

<sup>3</sup> CHEIKH ABDOUL Khadre Manne. « Les modes de gestion des hommes et des femmes entrepreneurs dans les petites et moyennes entreprises (PME) à Dakar ». Mémoire de maîtrise, Université cheikh anta diop de Dakar, CRDI, 2008. p. 12-13.

<sup>4</sup> Idem. P17.

<sup>5</sup> Ibid. P20.

l'influence des structures de la société sur ces femmes. Ces mêmes caractéristiques assurent le succès des petites entreprises créées par des femmes.

En 2003, la recherche met l'accent sur les caractéristiques de ces femmes entrepreneures, les traits liés à leur activité économique et les stratégies mises en œuvre liées à la réussite de leur projet, et trouve qu'il existe quelques similarités entre les deux projets que ce soit féminin ou masculin. Le positionnement des entrepreneures dans le monde économique ou encore leur mode de gestion est influencé par leur réalité ; la réalité d'être « fille », d'être une « conjointe » et encore une « mère ». C'est-à-dire que la répartition de leurs tâches familiales et parentales influence une grande partie de leur choix. Et concernant le style de gestion, celui des hommes est réputé comme étant un style directif et offensif, contrairement aux femmes qui sont plutôt pour un style participatif. En effet, ce dernier a été qualifié de style de « l'entrepreneur performant ».

En donnant un exemple, l'application des quatre dimensions du modèle de Gartner<sup>6</sup>, la dimension « individu » par exemple, appliquée à la femme entrepreneure se réduit à une base d'analyse des rôles de la femme entrepreneure comme coordinatrice et réalisatrice d'un équilibre entre la vie familiale et la vie professionnelle contrairement à l'homme qui trouve le succès avec l'augmentation des gains générés par l'entreprise. La femme entrepreneur est celle qui se fie à son intuition dans la prise de décision.

« Ainsi les recherches telles que celles d'Evola confirment l'hypothèse selon laquelle les femmes entrepreneurs sont différentes de leurs homologues masculins. Ces différences proviennent de construits sociaux qui influencent la répartition des rôles entre les hommes et les femmes au sein d'une société. Ce que nous retenons de cette étude, c'est que l'utilisation du concept genre semble plus pertinente dans les pays en voie de développement ou encore en sous développement dans la mesure où l'emprise de la culture sur les rationalités des acteurs est très forte. »<sup>7</sup>.

### 1.2) La femme entrepreneure

Une femme entrepreneur se définit comme « une personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, ... crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques

---

<sup>6</sup>COLOT O, COMBLE K et LDHARI J. « Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat ». Académie universitaire Wallonie, Bruxelles, p. 7.

<sup>7</sup> Idem. P22.

## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

---

qui sont liés à la production de richesse envisagée »<sup>8</sup>. La femme est donc entrepreneure dans la mesure où elle change de statut, de métier, ou d'organisation afin de créer une nouvelle richesse.

Selon les études qui ont traité de l'entrepreneuriat féminin, il n'existe pas de définition claire de ce concept d'entrepreneuriat féminin. En effet, une femme entrepreneure peut aussi bien être une femme qui gère une affaire qu'elle a créée, reprise ou héritée ou qui exerce sous le statut de travailleur autonome mais qui n'a pas sa propre société (par exemple, les gardiens d'enfants et les livreurs de journaux). Cette femme entrepreneure peut également être une femme qui a développé une société en personne physique ou en personne morale, qui est un employeur (qui emploie habituellement un ou plusieurs travailleurs rémunérés) ou qui travaille à son propre compte (qui ne fait pas appel à une aide rémunérée) »<sup>9</sup>.

KOUNTA a cité la définition suivante : « 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 »<sup>10</sup>.

Selon BELCOURT 1991, l'entrepreneure, c'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 »<sup>11</sup>.

« Est qualifiée d'entrepreneure toute femme qui a créé une entreprise, seule ou avec l'aide d'autres femmes, ou qui détient une participation majoritaire dans une entreprise familiale ou une société de personnes (*qu'en est-il des entreprises dans lesquelles elles détiennent une participation minoritaire ?*) Ou qui est actionnaire et dirigeante d'une société cotée en Bourse (OCDE, 1997) »<sup>12</sup>. Cette définition concerne la catégorie des femmes entrepreneur actionnaires dans des entreprises cotées en bourse. Et comme il n'y a pas de bourse en fonction, ni d'entreprise cotées en bourse en Algérie, on ne peut donner de suite à cette catégorie ...

---

<sup>8</sup> ARASTI Zahra, *L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles*, in, revue libanaise de gestion et d'économie, vol.1, 2008.

<sup>9</sup> Johan LAMBRECHT et Fabrice PIRNAY « ENTREPRENEURIAT FEMININ EN WALLONIE » Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat Université de Liège Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat EHSAL - K.U. Brussel, Septembre 2003.p.45.

<sup>10</sup> Idem. P18.

<sup>11</sup> Ibid. P19.

<sup>12</sup> OCDE. Op.cit. p. 25.

### 1.3) L'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin :

La justification de l'intérêt porté à l'entrepreneuriat féminin réside dans l'importance économique et sociale que représentent la création et le développement des entreprises par les femmes<sup>13</sup>.

Au cours des dix dernières années, de nombreux travaux de recherche ont été réalisés dans plusieurs pays, pour attirer l'attention sur ce rôle important et de la, inciter les acteurs de la vie économiques à en tenir compte dans leurs orientations et décisions stratégiques. Les résultats de ces travaux établissent que la plus part des pays, affichent une forte corrélation entre le niveau de l'activité entrepreneuriale et la croissance.

**Etats-Unis**, jusqu'en 2005, 10,6 millions d'entreprises (47,7 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis ont été l'oeuvre des femmes, avec un chiffre d'affaires de 2,5 trillions de dollars<sup>14</sup>. **En France**, 28 % de l'ensemble des entreprises créées ont été fondées et sont gérées par les femmes<sup>15</sup>

En effet, dans ces pays et d'autres modernes les capacités de la femme, sa volonté de s'affirmer dans le monde du travail, son aptitude à s'adapter à un environnement en évolution, la mettent à même d'être au rang des forces de progrès. **En Algérie**, représentant 14 % du taux des activités économiques, les femmes ne représentent que 6% de l'entrepreneuriat en Algérie<sup>16</sup>.

D'ailleurs, ce qui explique l'écart de la croissance de ces pays moins développés est le niveau d'implication des femmes dans la vie économique et le développement de la société renferment des potentialités importantes insoupçonnées .et spécifiquement dans le domaine de l'entrepreneuriat. Les pays n'encourageant pas les femmes à s'engager dans la création et le développement de nouvelles entreprises, risquent de ne pas réaliser la totalité de leur potentiel entrepreneurial, et par conséquent, la totalité de leur potentiel de croissance.

---

<sup>13</sup>CHRISTAIN Latouche, L'OBSERVATOIRE FIDUCIAL de L'entrepreneuriat Féminin, 2006 .p.9.

<sup>14</sup> Mme Geneviève Bel, « l'entrepreneuriat au féminin » république française avis et rapports du conseil économique, social et environnemental, p.3.

<sup>15</sup> Idem.

<sup>16</sup> <http://www.jam-mag.comfemmes-entrepreneures-pdg-algerie-87690>



### 1.3.1) Indicateurs sur le travail des femmes en Algérie:

Il nous semble très intéressant de faire une certaine comparaison entre la participation de la femme à la vie économique par le biais du travail en Algérie, par rapport à deux pays voisins du Maghreb : La Tunisie et le Maroc. Les tableaux qui devient après représente Le Taux d'emploi par sexe au Maghreb.

**Tableau n°4 : Le Taux d'emploi par sexe au Maghreb**

	Taux d'emploi	2004	2005	2006	2007	2008
Maghreb	<b>Maroc(1)</b>					
	Féminin	27,7	27,4	27,1	27,2	--
	Masculin	72,2	72,6	72,9	27,8	--
	<b>Algérie(2)</b>					
	Féminin	17,43	14,6	16,9	15,7	15,6
	Masculin	82,57	85,4	83,1	84,3	84,4
	<b>Tunisie(3)</b>					
	Féminin	25,7	25,6	26,2	26,1	25,9
	Masculin	74,3	74,4	73,8	73,9	74,1

Source : (1) Haut commissariat au plan

(2) Office national des statistiques -Algérie-

(3) Ministère de la Formation Professionnelle et de l'Emploi/ INS (Recensement Général de la Population et de l'Habitat (1984, 1994, 2004) / Enquête Nationale sur l'Emploi (1999, 2005, 2006, 2007,2008))-

- Les taux d'emploi est, en moyenne, de 27% au Maroc, de 15,5% en Algérie et de 26% en Tunisie.
- Le taux d'emploi féminin est en moyenne de 23% pour les pays du Maghreb.

**Tableau N° 5: Indicateurs sur les femmes dans les trois pays du Maghreb :**

	<b>Taux d'activité</b>	<b>Taux de chômage</b>	<b>Scolarisation</b>
<b>Tunisie</b>	25,4%	17,8%	<b>98,0%</b>
<b>Algérie</b>	15,1%	<b>25,8%</b>	93,5%
<b>Maroc</b>	<b>26,6%</b>	9,8%	89,9%

*Source : www.womenpoliticalparticipation.org*

Nous remarquons que les données sur les femmes dans les trois pays du Maghreb sont un peu rapprochées, mais les chiffres qui représentent l'Algérie restent inférieurs par rapport à la Tunisie et le Maroc, à part le taux de chômage, qui est plus intéressant en Algérie.

### 1.4) Différents types des femmes entrepreneures

En 1984 distingue trois différents types d'entrepreneures <sup>17</sup>:

- **L'entrepreneure parrainée** : est considérée comme entrepreneure parrainée toute entrepreneure ayant reçu des conseils de la part d'un parrain ou d'une marraine ou d'un banquier.etc. qui l'aide se lancer dans son affaire et surtout d'entrer dans son activité.
- **l'entrepreneure jeune et scolarisée** : est définie comme étant une jeune diplômée pleine de connaissances concernant la gestion ou autre.
- **L'entrepreneure sociale** : cette entrepreneure est celle qui se lance dans les affaires afin de fuir la solitude et différents problèmes sociaux qu'elle rencontre. Dans ce cas les motivations économiques sont loin d'être principales.

### 1.5) Les facteurs motivants les femmes entrepreneures :

Comme l'ont suggéré LEVY-TADJINE et ZOUITEN (2005), l'entrepreneuriat féminin est souvent considéré comme singulier par le fait que les femmes entreprennent souvent par dépit ou par nécessité économique (BRUSH, HISRICH,1991) et par le fait qu'elles associent une dimension affective et altruiste à leur aventures entrepreneuriales. En d'autres termes, l'éthos du profit ne constitue pas sa seule motivation à entreprendre. Elle se justifierait davantage par une logique d'effectivité et d'affectivité que par une logique d'efficacité ou d'efficience<sup>18</sup>.

Dans une étude menée par Anne MIONE et qui porte sur une comparaison entre les femmes entrepreneures en France et le Canada, elle affirme que l'attitude entrepreneuriale se lit aussi dans les motifs de création de l'entreprise. Dans ce sens, la réalisation personnelle, l'absence de perspectives dans la carrière précédente, la perception d'une opportunité de marché montre la proactivité de l'entrepreneure. Cette observation confirme les études réalisées sur les femmes qui mettent en évidence l'importance pour elles de se réaliser en tant que personne, c'est-à-dire d'équilibrer les dimensions professionnelles et familiales de leur vie.

D'autre part, Duchéneaut et Orhan (2000) montrent que les motivations les plus importantes rencontrées chez les femmes françaises sont: la volonté d'indépendance et le

---

<sup>17</sup> Safiah ABDERHAMANE KOUNTA « Caractéristiques De l'entrepreneurship Féminin Au Mali » mémoire Présenté à l'université du Québec à Chicoutimi comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations, 1997 .p.21.

<sup>18</sup> TADJINE Thierry Lévy-, TOKATLIOGLU Sibel, ZOUITEN Jihene, *L'entrepreneuse et le temps Entrepreneuriat féminin, Accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs*, CIFEPME, 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

besoin d'accomplissement. Suivent ensuite le goût d'entreprendre et de diriger, en tant que leadership ou capacité d'un individu à entraîner et à convaincre les autres, le pouvoir de contrôle qui est la maîtrise que l'individu peut avoir sur son environnement, et enfin la prise de risque (financier, de carrière, familial et psychique) qui est relativement plus limitée chez la femme que chez l'homme. Viennent alors la recherche d'autonomie financière, l'envie de réaliser une mission sociale et la promotion de l'image de la femme en tant qu'égal de l'homme. En dernière position, loin derrière les premières motivations, se trouvent la recherche d'un statut social et le pouvoir.

A toutes ces motivations s'ajoute l'importance de la culture familiale, le goût d'entreprendre peut être transmis davantage d'une génération à une autre. Les pères communiquent à leurs enfants cet enthousiasme d'entreprendre. Selon A. MIONE, L'étude souligne l'importance de cette culture entrepreneuriale et de façon légèrement plus sensible en France : (43%) des femmes françaises ont leur père entrepreneur contre (37 %) au Canada et (37%) des femmes ont leur mère entrepreneur, contre (23 %) au Canada.

Beaucoup reste à dire sur les motivations des femmes à créer leur propre activité, néanmoins, l'aide des acteurs de la vie économique est importante. Il convient d'encourager la femme créatrice d'entreprise, notamment par la mobilisation de financements, l'aidant à créer et démarrer l'entreprise et de lever les contraintes bureaucratiques et réglementaires qui freinent encore l'investissement privé<sup>19</sup>.

### 1.6) Les facteurs de blocages des femmes entrepreneurs:

Malgré la participation de la femme aux différentes luttes politiques et sociales, et sa présence dans différentes sphères des champs économique et social, la situation des femmes entrepreneurs, demeure confrontée à des difficultés et des blocages entravant leurs parcours professionnels<sup>20</sup> :

L'intensité de la charge des travaux domestiques particulièrement pour la catégorie des femmes mariées avec enfants. Ce qui représente une double vocation difficile à assumer au

---

<sup>19</sup> HASSAN, *les femmes dans les sphères économiques des zones rurales et urbaines*, in. *Femmes et développement*, éd CRASC, Alger, 1995, p 325.

<sup>20</sup> CHALAL Ferroudja, « *Les trajectoires personnelles et socio-professionnelles des femmes entrepreneurs en Algérie. Le cas des femmes entrepreneurs de la wilaya de Bejaia.* », Mémoire de magister en Sociologie. Option : Organisation et travail, université a/mira de Bejaia, 2011.p.35.

quotidien, l'éducation, et la garde des enfants, rendent particulièrement difficile de concilier plusieurs sphères de vie (vie privée et carrière professionnelle).

L'enquête de l'APCE sur « *L'entrepreneuriat féminin dans les PME et TPE françaises* » montre que 70 % des femmes chefs d'entreprises interrogées placent en tête des difficultés rencontrées la conciliation entre leur vie professionnelle et leur vie familiale. Dans ce dernier domaine, les entrepreneures ont en effet des contraintes comparables à celles des autres femmes et l'autonomie dans l'organisation de leur temps est largement tempérée par un rythme soutenu et une durée de travail bien supérieure à celle de leurs homologues salariés.

- La persistance des stéréotypes socioculturels et des schèmes patriarcaux, qui sont en outre véhiculés par les médias, assignant à la femme un rôle social bien défini, celui de mère et d'épouse avant tout.

- Les retards accusés en matière d'alphabétisation des femmes' dans les milieux ruraux: cette situation débouche sur le renforcement des inégalités entre hommes et femmes. Etant plus touchées par le chômage et étant surreprésentées dans les emplois non qualifiés, les capacités et les compétences des femmes tendent à diminuer. Aussi, une grande partie du travail des femmes reste non valorisée, et non comptabilisée malgré sa valeur productive et son utilité sociale.

- L'environnement socioéconomique et socioculturel. S'agissant de l'activité entrepreneuriale, cet environnement ne favorise guère son expansion, notamment dans les pays en voie de développement.

- La psychologie des femmes: un facteur de blocage souvent occulte, Les structures auxquelles obéissent les femmes font qu'elles se montrent soumises et s'en remettent souvent à leurs parents et plus tard à leur mari. En outre, leur notion d'individualité est quasi inexistante, et pourtant, c'est une qualité indispensable dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ainsi que le soulignait Nicole Ameline, les obstacles les plus difficiles à lever sont ceux invisibles de nature psychologique. Une femme aura plus tendance qu'un homme à croire qu'elle n'est pas capable de relever tel ou tel défi.

- L'absence de culture entrepreneuriale, considérée comme un facteur de blocage déterminant, (la culture entrepreneuriale est l'ensemble des connaissances qui doivent permettre à un individu de passer au stade d'entrepreneur).

### **1.7) Caractéristiques des entreprises détenues par les femmes entrepreneures**

Les caractéristiques des entreprises détenues par les femmes entrepreneures sont analysées en comparaison avec celles des entreprises détenues par les entrepreneurs masculins afin de faire ressortir les différences qui permettront de caractériser les entreprises occupées par les femmes entrepreneures.

Les auteurs qui se sont intéressés à cette catégorie d'entreprises ont permis de faire ressortir les caractéristiques suivantes :

- Les entreprises détenues par les femmes' ont toujours été sous-représentées dans des domaines non-traditionnels tels que la fabrication de biens et ont été par contre traditionnellement concentrées dans les secteurs de services et de la petite distribution (Bates, 2002).
- La tendance actuelle voit la naissance d'un plus grand nombre d'entreprises détenues par des femmes dans des domaines non-traditionnels.
- Les entreprises détenues par des femmes adressent le plus souvent leur production aux ménages et rarement à des entreprises ou au secteur public.
- Une part importante des entreprises créées par les femmes entrepreneures sont détenues en copropriété avec le conjoint qui partage avec sa femme la gestion de l'entreprise.
- Les entreprises créées par les femmes entrepreneures sont sous-capitalisées par rapport à celles créées par les hommes. Les femmes démarrent leur entreprise avec uniquement 1/3 du capital utilisé par les hommes pour la création de leur entreprise.
- Les entreprises détenues par les hommes dégagent trois fois plus de chiffre d'affaires que les entreprises détenues par les femmes (analyse comparative sur les petites entreprises présentes aux USA en 1992).
- Les entreprises détenues par les femmes utilisent moins d'inputs. Elles emploient la moitié du nombre d'employés engagés par leurs homologues masculins et utilisent la moitié des ressources financières pour lancer une opération (Bates, 2002).
- Les entreprises détenues par les femmes sont généralement plus jeunes. Elles sont plus susceptibles que les entreprises détenues par des hommes d'être de très jeunes start-ups (Bates, 2002).

## **SECTION 2 : Evolution de l'entrepreneuriat en Algérie**

Peu de travaux de recherche portent sur les entrepreneurs algériens au sein de l'économie algérienne. Les travaux de Bourdieu publiés en 1964 portant plus généralement sur le travail et les travailleurs, la thèse de Liabès (1984), le travail de Peneff (1981) et la publication de Henni (1984) sont des travaux déjà anciens, portant directement ou indirectement sur cet objet de recherche.

Plus récemment, des chercheurs du Centre de Recherche en Economie Appliquée pour Développement, ont dans les années 1990 mené des recherches sur les entrepreneurs algériens tant en milieu rural citant par exemple le travail de Bedrani, qu'en milieu urbain celui de Bouyacoub<sup>21</sup>.

### **2.1) Evolution du statut des PME en Algérie**

La PME Algérienne est née pour sa majorité à partir des années 90. Avant cette date, elle n'avait pas un rôle important dans l'économie de pays et elle n'a évolué que très lentement. On distingue trois périodes qui ont marquées les étapes clés de leur évolution :

#### **2.1.1) La période 1962-1982**

Avant même l'indépendance de l'Algérie, le secteur privé était accusé de toutes les tares par les rédacteurs de la charte de Tripoli, visiblement influencés par l'idéologie marxiste et L'esprit nassérien, il a été même considéré comme « *a necessary evil* », un démon nécessaire<sup>22</sup> le réduisant ainsi à un rôle marginal dans l'élaboration de la politique économique que le pays adoptera une fois l'indépendance acquise.

Le privé algérien était constitué à cette époque de quelques petites entreprises qui ont survécu au départ massif des colons européens, mais l'orientation économique de cette époque ne va pas tarder à l'achever.

En effet, sous le modèle des « *industries industrialisantes* » de l'économie planifiée, l'Etat était presque le seul entrepreneur, et par conséquent, les entrepreneurs privés appelés seulement opérateurs privés, étaient marginalisés et accusés même d'une appartenance à une

---

<sup>21</sup> ANNE, Gillet, *les femmes créatrices des petites et moyennes entreprises en Algérie : motivations, parcours socioprofessionnels et stratégies d'existences*, CNAM, 2003.

<sup>22</sup> Assassi & Hammouda, *Les entrepreneurs algériens, une image statique*, Colloque international : créations d'entreprises et territoires, Tam, 2006, p.02

classe de *bourgeoisie exploiteuse* par la Charte nationale de 1976, les premiers codes d'investissement (1963,1966) agissaient dans ce sens.

Le code d'investissement de 1966 notamment, accordait à l'Etat le monopole sur les secteurs vitaux de l'économie et rendait obligatoire l'agrément des projets privés par une *commission nationale des investissements (CNI)* dont les conditions d'éligibilité sont draconiennes dans un contexte d'économie socialiste, d'ailleurs cette commission a interrompu ses activités en 1981 pour cause de défaillance dans sa gestion.

Cette période est considérée comme l'âge d'or du secteur public en Algérie car l'Etat a pris le contrôle des ressources du sous-sol par la nationalisation des hydrocarbures le 24 février 1971, le contrôle des banques, des crédits, du commerce extérieur, d'une part importante du transport et surtout des terres les plus fertiles.

Cependant, le secteur privé, ayant un caractère familial ou artisanal sans grande envergure, et qui ne joue qu'un rôle marginal dans le processus industriel (stratégie de substitution à l'importation dans les biens de consommation finale), contrôle assez largement l'activité commerciale via la distribution intérieure.

On a recensé à peine 500 PME qui ont été créées par an dans la période allant de 1962 à 1982, notamment avec une chance de survie incertaine et un impact économique limité<sup>23</sup>.

### 2.1.2) La période 1982-1993

L'année 1982 est considérée comme un tournant dans la gouvernance économique de l'Algérie car c'est à partir de cette date que des réformes vont être adoptées enfin avec les restructurations des grandes entreprises publiques en petites entités. De son côté, la législation sur l'investissement privé ne va pas déroger à la règle, la preuve en est la promulgation du code de l'investissement en 1982 qui « *accorde au secteur privé un rôle complémentaire dans certaines activités avec un niveau d'investissement très limité* »<sup>24</sup>. Ajoutons à cela la création d'un office pour le suivi et le contrôle des investissements privés (*OSCIP*), placé sous la tutelle du *Ministère de la Planification et de l'Aménagement du Territoire* ayant pour mission d'intégrer l'investissement privé dans le processus de planification. Malgré cela, l'esprit entrepreneurial prendra encore des années pour s'enraciner dans les pratiques économiques

---

<sup>23</sup> NEDJADI, KHEBBACHE & BELLATAF, *L'impact de l'entrepreneuriat sur développement territorial et régional : cas d'El-kseur, Entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement*, 2005

<sup>24</sup> ASSALA, *PME en Algérie, de la création à la mondialisation*, 8 ème CIFEPME, 2006, p.05

algériennes car il faut reconnaître que cette petite brèche ouverte en matière de réformes économiques était entièrement contrôlée par l'Etat et par conséquent son impact sur le secteur privé est resté mitigé.

Néanmoins, avec l'avènement d'une nouvelle constitution en 1989, l'Algérie a rompu définitivement avec le régime socialiste. Par ailleurs, une batterie de lois visant à réformer la sphère économique a été mise en place pour encadrer la nouvelle orientation économique du pays.

Ainsi, « la crise du modèle de développement, le gigantisme industriel et le manque de souplesse et d'efficacité de la grande entreprise publique feront de l'entrepreneur le nouvel héros. La capacité d'entreprendre gagne toute la société en même temps que disparaît l'ancien réflexe de tout attendre de la part de l'Etat providentiel. C'est ainsi que la fibre entrepreneuriale a gagné l'Algérie»<sup>25</sup>.

Ce passage illustre parfaitement l'avènement de l'esprit entrepreneurial dans l'économie algérienne.

### 2.1.3) La période 1993-2012

Cette vague de réformes va aboutir à la promulgation d'un code d'investissement adopté par le décret législatif du 05 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement<sup>26</sup>.

Ce code va non seulement consacrer définitivement la liberté d'investir, mais aussi accorder des avantages substantiels aux investisseurs, qu'ils soient nationaux ou étrangers en garantissant leur égalité devant la loi. Une agence de promotion de soutien et de suivi des investissements (APSI) a été créée et chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs.

Il faut reconnaître dans cette démarche d'encouragement de l'esprit entrepreneurial que l'Etat est confronté à un grave problème de chômage dont le taux a atteint près de 30% en 2000 et touchant particulièrement les jeunes, même les diplômés de l'enseignement supérieur. Et pour remédier à ce déséquilibre, les différents mécanismes mis en place par l'Etat avaient pour ambition la création de 2 millions d'emplois et de 100000 PME à l'horizon de 2010<sup>27</sup>.

---

<sup>25</sup> Assassi & Hammouda, *op. Cit.* p. 02

<sup>26</sup> Assala, *op. Cit.* p. 02

<sup>27</sup> Benzohra, (B), Les structures d'accompagnement et d'appui pour les entrepreneurs : le cas de l'entrepreneuriat en Algérie, Colloque international Entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement, 2005.



## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

**Tableau n° 6:** Evolution des PME durant la période (2001-2012)

Nature des PME Année	Privées		Publiques		Artisans		Total	Total%
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%
2001	179893	73.32	788	0.32	64677	26.36	245 358	100
2002	189552	72.38	788	0.32	71523	27.3	261 863	100
2003	207949	72.06	788	0.32	79850	27.62	288 587	100
2004	225449	72.04	788	0.25	86 732	27.71	312 959	100
2005	245 842	71.73	874	0.25	96 072	28.02	342 788	100
2006	269 806	71.62	739	0.19	106 222	28.19	376 767	100
2007	293 946	71.53	666	0.16	116 347	28.31	410 959	100
2008	392 013	71.65	626	0.15	121 887	28.20	514 526	100
2009	408 155	71.51	598	0.10	162 085	28.39	570 838	100
2010	473 482	77.96	560	0.09	133 255	21.95	607 297	100
2011	512428	77.90	<b>572</b>	0.09	146 881	22.01	659 309	100
2012	550511	77,33	<b>557</b>	0,07	160 764	22,60	711 832	100

Source : Ministère de la petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, Direction des systèmes d'information et des statistiques ; Bulletin D'information, N°10 et N° 22.11.12 /www.pmeart-dz .org

Les statistiques de ce tableau montrent que les PME privées ont connu une augmentation considérable de 2002 à 2008 puisque leur nombre est passé de 189552 à 392013.

Contrairement aux PME publiques, qui ont enregistré une diminution graduelle d'une année à une autre particulièrement durant la période de 2005 (874) à 2012 (557).

Ceci était prévisible dans la mesure où le champ de l'investissement économique est laissé à l'initiative privée au détriment du secteur public, dont les entreprises, en difficultés ne cessent d'être programmées à la privatisation<sup>28</sup>.

Quant aux artisans, ils enregistrent une augmentation remarquable puisqu'ils passent de (64 677) en 2001 pour arriver à (121 887) en 2008 puis en fin à (160 764) en 2012.

### 2.2) Etude des trajectoires et caractéristiques socioprofessionnelles des entrepreneurs

Pour définir les caractéristiques de ces nouveaux entrepreneurs, Madoui. M a effectué une enquête qualitative auprès de cinquante entrepreneurs de la région d'Alger et de Bejaia, exerçant leur métier dans différents secteurs comme l'agroalimentaire par exemple, le textile, les télécommunications...etc. Cet auteur se limite aux caractéristiques individuelles et socioprofessionnelles des entrepreneurs et distingué quatre types principaux :

<sup>28</sup> SASI Nacer, Eddine, la privatisation des entreprises publiques en Algérie : Objectifs, modalités et enjeux, édition O.P. Universitaire, Alger, 2006. P-P 187-206.

### 2.2.1) Les entrepreneurs reconvertis

Dans ce type de catégorie, l'auteur regroupe les anciens fonctionnaires et cadres du secteur public comme les directeurs, les gestionnaires et les ingénieurs par exemple qui ont saisi leur opportunité au cours des années quatre vingt dix pour créer leur propre entreprise à eux seuls ou en s'associant à des porteurs de capitaux en faisant recours aux amis ou aux membres de la famille. Ces entrepreneurs se caractérisent par le fait qu'ils sont généralement âgés de plus de cinquante ans et ont un niveau de formation initiale élevé ; égal ou supérieur au baccalauréat, souvent de spécialité technique. Au cours de leur longue carrière dans le secteur public, ils ont bénéficié de formations de haut niveau et d'un réseau de relations qui permettra par la suite à leur entreprise de se trouver des marchés non négligeables. Ce groupe a pour but de faire de l'argent et échapper au monde trop hiérarchisé de la fonction publique. Néanmoins, ils reconnaissent eux-mêmes qu'ils en profité pour toutes les formations et expériences que l'Algérie a pu leur offrir après l'indépendance.

### 2.2.2) Les entrepreneurs contraints

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

Dans ce cas, nous dirons que la création de l'entreprise est considérée comme un moyen d'échapper au chômage et être stable. Ce type de reconversion n'est pas le fruit d'une opportunité d'un choix personnel (les reconvertis) mais plutôt le fait d'une contrainte.

Les licenciements qui impliquent le chômage qui peut durer et qui dure jusqu'à nos jours représente cette contrainte. Ces anciens employés (ouvrier, cadre, ou technicien du secteur public), licenciés à un âge qu'ils jugent eux même très critique (45-50ans) pour leur employabilité, ont crée leur entreprise au milieu des années 90 que ce soit dans le corps du domaine qu'ils exerçaient auparavant ou un autre domaine complètement éloigné au leur (Bâtiments et travaux publics « BTP », transport en commun...etc.

La privatisation a eu comme conséquence le licenciement de plusieurs employés (même pour ceux qui ont plus de vingt ans d'expérience professionnelle).

Ainsi, il faut admettre que non seulement le chômage produit des entrepreneurs en Algérie, mais contribue d'une certaine manière à la création d'entreprise par dépit.

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

### 2.2.3) Les entrepreneurs migrants

Contrairement à Alger, les entrepreneurs rencontrés en Kabylie immigrés en France à leur jeune âge, ont acquis une longue expérience professionnelle soit en tant que commerçants soit en tant que ouvriers dans les usines françaises. Leur retour était vers les années 80 juste près de la période d'ouverture économique, avec les nouvelles lois du secteur privé considéré comme une opportunité à saisir et une occasion pour rentrer afin de créer leur entreprise tout en considérant leur pays comme ayant des perspectives favorables au développement. Comme c'est le cas aussi de jeunes ayant bénéficié des aides leur père ou d'un membre de leur famille installé pour un longs moment en France ou à l'étranger en général. Dans ce dernier cas, ce sont plutôt ceux qui sont partis très jeunes à l'étranger dans le but de poursuivre leurs études et à l'obtention du diplôme, ils sont restés pour exercer leur métier comme cadres fonctionnaires ou dans certains cas entrepreneurs, cette générations migrante encourage les membres de leur famille restés au pays afin de créer leur propre entreprise en excluant la responsabilité du capital nécessaire du moment qu'il sera source d'un apport étranger de la part des migrants. « C'est le cas notamment d'un jeune algérien travaillant aux Etats-Unis dans le secteur de l'informatique et qui a apporté non seulement l'idée mais aussi l'argent indispensable à la création d'une entreprise en marbrerie que dirigent en Algérie depuis 1995 son jeune frère et sa sœur, tous deux dotés d'un niveau de qualification élevé »<sup>29</sup>.

Une remarque sur les émigrés qui en profite du marché avec la dévaluation du dinar pour faire affaire.

### 2.2.4) Les entrepreneurs héritiers

Contrairement aux autres types d'entrepreneurs cités ci-dessus, les entrepreneurs héritiers se caractérisent par la présence de leur famille dans la tradition commerciale et

---

<sup>29</sup> MADOUÏ Mohamed. « Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie (un essai de typologie) ». Cahiers du CREAD N°85-86, P50.

## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

---

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

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

Certains familles ayant comme tradition l'entrepreneuriat de générations en générations reconnaissent le fait d'entreprendre comme un moyen de reconquérir leur statut perdu : reconversion vers le salariat, faillite...etc., Justement, pour mettre fin sur le caractère parfois humiliants d'après le témoignage de certains entrepreneurs : Pour d'autres entrepreneurs, c'est plutôt dans le souci de reprendre le flambeau pour que l'activité dure. Souvent, des entrepreneurs apprennent le métier de leur père (lui-même hérité de son père ou de son grand père) pour reprendre l'entreprise familiale dès sa retraite.

Pour comprendre l'émergence de la pratique entrepreneuriale dans notre pays, il est indispensable de procéder à un bref rappel de l'évolution de l'économie nationale depuis l'indépendance car dissocier l'entrepreneuriat et les choix économiques n'est pas évident dans le cas algérien.

### 2.3) Les données statistique des PME

Dans ce point, nous allons montrer la répartition des PME en se basant sur deux critères à savoir le statut juridique et le secteur d'activité.

**Tableau n° 7 :** Répartition des entités économiques par secteur juridique et tranches d'effectifs

Secteur juridique	Tranches d'effectifs				Total
	0 - 9	10 - 49	50 – 249	250 et plus	
<b>PRIVE</b>	903 501	9 503	2 037	275	915 316
<b>PUBLIC</b>	9 154	5 381	1 620	563	16 718
<b>AUTRES</b>	1 451	495	176	94	2 216
<b>Total</b>	914 106	15 379	3 833	932	934 250
<b>Part en %</b>	97,84	1,65	0,41	0,01	100

Source : www.ons.dz,IMGResultats\_definitifs\_phase%20I\_RE2011.pdf

D'après ce tableau, il ressort que la tranche d'effectifs de (0-9) ou très petite entreprise occupe une place importante dans l'économie algérienne avec un taux de 97,84%, elle devient après la tranche de (10-49) PT avec un taux 1,65%.

Les résultats obtenus ont poussé l'état à promulgué en 2001 l'ordonnance relative au développement de l'investissement<sup>30</sup> et la loi d'orientation et de promotion de la PME<sup>31</sup>, qui contenaient des procédures qui en fixées des mesures de facilité administratives dans la phase de création d'entreprise, ainsi que la création d'un fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME. A travers cette initiative, le nombre de PME a nettement doublé voir même triplé.

**Tableau n° 8 :** Mouvement de création des PME privées par région en 2011

Région	2010	Mouvements 2011				2011	Part (%)
		Créat°	Radiat°	Réactivat°	Ecart		
<b>Nord</b>	219.270	15.633	5.598	3.359	13.394	232.664	59,39
<b>Hauts- Plateaux</b>	112.335	7.994	2.710	1.527	6.811	119.146	30,42
<b>Sud</b>	30.153	2.087	439	415	2.063	32.216	8,22
<b>Grand sud</b>	7.561	525	442	91	174	7.735	1,97
<b>Total</b>	<b>369.319</b>	<b>26.239</b>	<b>9.189</b>	<b>5.392</b>	<b>22.442</b>	<b>391.761</b>	<b>100</b>

Source : Ministère de la PME et de l'Artisanat, Bulletin d'Information Statistique de la PME n°20, Mars 2012.P.23.

D'après ce tableau, les zones côtières et les pôles urbains concentrent l'essentiel des PME. Par grande région, le tableau montre qu'en 2011, près de 90% de la population des PME se trouvent dans la région du nord et des hauts plateaux, et seulement près de 2% se trouvent dans la région du Grand sud, traduisent ainsi un déséquilibre dans le développement

<sup>30</sup>Ordonnance N°01/03 du 20/08/2001

<sup>31</sup>Loi N°01/18 du 12/12/2001

## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

des régions, sans en omettre de souligner les problèmes environnementales et climatiques qui ne manqueraient de générer une telle concentration d'activité.

### 2.3.2) La répartition des PME par secteur d'activité

Pour déterminer la place des PME dans l'économie nationale, nous les avons réparties par secteur d'activité. Cette répartition, nous permet de connaître le secteur la plus sollicité et celui abandonné par les PME. Pour ce faire, on a pris en compte les secteurs majeurs qui constituent les piliers de l'économie algérienne, comme représenté ci-dessous/

**Tableau n° 9:** La répartition des PME par secteur d'activité

Secteur D'activité	2006	2007	2008	2009	2010	2011
B .T.P	90 702	100 250	106 865	122 238	129 762	133 969
Commerce et distribution	46 461	50 764	53 538	60 138	64 962	67 779
Transport et Communication	24 252	26 487	27 870	30 871	33 848	35 598
Sces fournis aux ménages	19 438	20 829	21 835	24 108	25 403	26 474
Hôtellerie et restauration	16 230	17 178	17 768	19 282	20 401	20 880
Industrie Agroalimentaire	15 270	16 310	17 423	17 679	18 394	18 868
Sces fournis aux entreprises	14 134	16 109	16 624	20 908	23 541	25 453
Les autres secteurs	43 319	46 019	47 655	50 678	53 008	54 573
Total	269 806	293 946	309 578	345 902	369 319	383 594

Source : Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME N°18, 2010, ALGER.

D'après ce tableau, on constate que le secteur du Bâtiment et travaux publics a été le secteur favoris des PME et ce depuis 2007 avec 90 702, jusqu'à 2011 avec 133 969 PME.

Ensuite le secteur de Commerce et distribution occuper la seconde place avec 46 461 PME en 2006 pour atteindre 67779 PME en 2011. Sans oublier les autres secteurs qui ne cessent d'évoluer, on enregistre à titre d'exemple ; 24 252 PME en 2006 dans le secteur de transport, 20 880 PME en 2011 dans le secteur Hôtellerie et restauration, suivie de 18 868 PME en 2011 dans Industrie Agroalimentaire, on cite aussi, 54 573 PME dans d'autres secteurs que regroupe l'économie algérienne.

### 2.3.3) La part des PME dans la création de l'emploi :( 2004-2012)

Le secteur des PME dans la création d'emploi, et plus particulièrement par le secteur privée et artisanal. Ainsi les données de l'emploi créé en Algérie ont connues une croissance durant les huit(8) dernières années 2004/2011, comme le montre le tableau suivant.

## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

**Tableau n° 10:** La part des PME dans la création de l'emploi :( 2004-2012)

Secteurs Juridique Année	privé		public		total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
2004	592 758	89,91	71 826	10,09	664 584	100
2005	888 829	92,10	76 283	7,90	965 112	100
2006	978 650	94,07	61 661	5,93	1122 129	100
2007	1 064 983	94,91	53 169	5,09	1122 129	100
2008	1121 476	95,47	53 169	4,53	1 174 645	100
2009	1 274 465	96,14	51 149	3,86	1 325 614	100
2010	1547 525	96,94	48 783	3,06	1 596 308	100
2011	1 625 729	96,99	50 467	3,01	1 676 196	100
2012	1 800 742	97,43	47 375	2,57	1 848 117	100

Source : Etabli par nos soins à partir des bulletins d'informations statistique N°22 du Ministère de la PME 2012, P21.

En remarque que les PME privées, ont la plus grande contribution à la création d'emploi par apport aux PME publiques. En 2004 les PME privé enregistrent 592 758 emploi créés soit 89,91 %, par contre les PME publiques participent avec seulement 10,09% se qui représente 71 826 emplois.

La participation des PME privées ne cesse d'augmenté. Elles enregistrent 94,07% en 2006, 95,47% en 2008 et en fin 97,43% en 2012 soit 1 800 742 emplois. Contrairement aux PME publiques qui enregistrent une démunissions continue ; de 10,09% en 2004 à 2,57% en 2012 soit un déclin de 7,52%, c'est-à-dire 24451 emplois supprimés. Dans la société algérienne. Elles ont à développer en conséquence d'autres stratégies de développements professionnels et personnels spécifiques.

### SECTION 3 :L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Les études portant sur ce thème sont quasiment inexistantes. Ce constat a été signalé par A. Gillet qui révèle qu' « aucune recherche à notre connaissance ne traite spécifiquement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. »<sup>32</sup>

Devant un tel constat lié à l'indisponibilité de l'information, nous avons exploité dans un premier temps les données de Ministère de la petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, Direction des systèmes d'information et des statistiques ; Bulletin d'information statistique de la PME.

Dans cette section se veut justement un essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin, à travers la création des PME sur le territoire national.

<sup>32</sup> A. Gillet, « les femmes créatrices de PME en Algérie : motivation, parcours socioprofessionnel et stratégie d'existence » CREAD 2001, p 04.

### **3.1) Les données statistique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie**

« En 2012, le nombre des commerçantes en Algérie a connu une hausse de 0.6% par rapport à l'année 2011, et de 18,7% par rapport à 2006, une croissance due essentiellement aux plans d'aides mis en place tels que l'ANSEJ, l'ANGEM ou l'ANDI.

Des 116 000 commerçantes enregistrées au Centre National du Registre de Commerce (CNRC) en 2012, 6 703 le sont en tant que personnes morales (chef d'entreprises), soit 4,8% du total. Avec un nombre total d'1,6 millions de commerçants recensés, les femmes représentent une portion de 7,3% des personnes inscrites au registre de commerce, soit 116 000 commerçantes exerçant en Algérie.

Quant à la moyenne des femmes commerçantes sur le territoire national, elle se situe à 426 femmes par wilaya, les professions libérales non comprises.

Pour rappel, le taux de l'entrepreneuriat féminin ne se situe qu'à 6% en Algérie, malgré une croissance constante du nombre de femmes entrepreneures »<sup>33</sup>.

#### **3.1.1) La population active selon le genre :**

La population active totale est passée de 5 854.000 en 1990 à 8 595.000 en 2000 une augmentation de 2 741 000 ou bien avec un taux 31,89 % pour arriver à 10 812.000 de population active totale en 2010. le taux d'augmentation entre 2000 et 2010 est de 20,50%. Donc le taux d'augmentation est diminué par rapport à la période de 1990 et 2000.

**Tableau n° 11 : Evolution de la population active totale (en milliers)**

	<b>1990</b>	Augmentat°	%	<b>2000</b>	Augmentat°	%	<b>2010</b>
<b>féminin</b>	598	485	44,78	1083	739	41,56	1822
<b>masculin</b>	5256	2256	30,03	7512	1478	16,45	8990
<b>total</b>	5854	2741	31,89	8595	2217	20,50	10812
<b>% Fém.</b>	10%			13%			17%

Source : Construit à partir des données ONS.

La population active féminine a augmenté d'une période à un autre en 1990 le taux d'activité féminine est de 10% sa augmentation a été de 13% en 2000 et 17% en 2010. malgré cette augmentation le taux d'activité féminine reste faible.

L'Algérie compte en 2010, environ un million et demi des femmes qui travaillent. Leur nombre a triple en 20 ans. Pourtant elles ne représentent que 14% de la population occupée, ce pourcentage étant plus élevé en milieu urbain (15%) que rural (10%).

<sup>33</sup><http://www.letempsdz.com> 2012.



## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

**Tableau n° 12 :** Evolution de la population active féminine (en milliers)

	1990	2000	2010
Occupées	511	797	1474
Chômeuses	87	286	348
Total actives	598	1083	1822

Source : Construit à partir des données ONS.

Les femmes s'inscrivent de préférence dans l'emploi salarié régulier, mais ce type d'emploi régresse (Même en valeur absolue) au profit de l'emploi salarié précaire et de l'emploi indépendant. L'emploi féminin relève encore à près de 50% du secteur public.

L'emploi féminin se concentre dans le secteur tertiaire (enseignement, administration, services aux ménages et santé, pour l'essentiel), mais 28% travaillent dans le secteur industriel. Elles sont très peu dans l'agriculture (6,5%) et bien sur le BTP (1,5%).

**Tableau n° 13 :** Structure de l'emploi par secteur d'activité Année 2010

Secteur \ Genre	Masculin		Féminin		Ensemble	
	Nbre	Taux	Nbre	Taux	Nbre	Taux
Agriculture	1040	12.6	95	6.5	1136	11.7
Industrie	924	11.2	413	28.0	1337	13.7
BTP	1860	22.5	25	1.7	1886	19.4
Commerce, services, administration	4436	53.7	941	63.8	5377	55.2
<b>Total</b>	<b>8261</b>	<b>100</b>	<b>1474</b>	<b>100</b>	<b>9735</b>	<b>100</b>

Source : ONS, Activité, emploi & Chômage au 4ème trimestre 2010

L'étude du CRASC<sup>34</sup>, précise que ces activités se situent essentiellement dans quatre secteurs : L'enseignement, l'administration, les services aux ménages et la santé. La majorité des emplois émane du secteur privé ou mixte, cependant jusqu'en 2009, l'emploi féminin continue de relever en majorité du secteur public même si la part du secteur privé progresse, si on se réfère aux trois années pour lesquelles l'information est fournie dans la publication de l'ONS.

### 3.1.2) Les secteurs d'activités des petites entreprises gérées par des femmes en Algérie, en 2007

**Tableau n° 14 :** Les secteurs d'activités des P, E gérées par des femmes en Algérie, en 2007

Secteurs d'activités	Nombre	Part en %
<b>Agriculture</b>	1661	36,96
<b>Artisanat</b>	2830	62,97
<b>Bâtiment et travaux publics</b>	3	0,07
<b>Total</b>	4494	100

Source : ANGEM, cité par AFCM. « Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb ». Etude N°23, 2010, p. 11.

<sup>34</sup> Marie-France GRANGAUD, « SECTEURS PORTEURS À INVESTIR PAR LES FEMMES EN ALGERIE » Revue du CIDDEF ' Décembre 2011 ' n° 29.P.38.

## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

Comme on l'observe bien au niveau du tableau ci-dessus qui illustre les secteurs d'activités des petites entreprises gérées par des femmes en Algérie dans différents secteurs principalement l'artisanat avec un taux plus élevé qui est 62,97%, vient en second lieu l'agriculture avec un taux de 36,96%, puis 0,07% entreprises figurent dans le secteur du BTP.

### 3.2) Projets financés par genre et par secteur d'activité

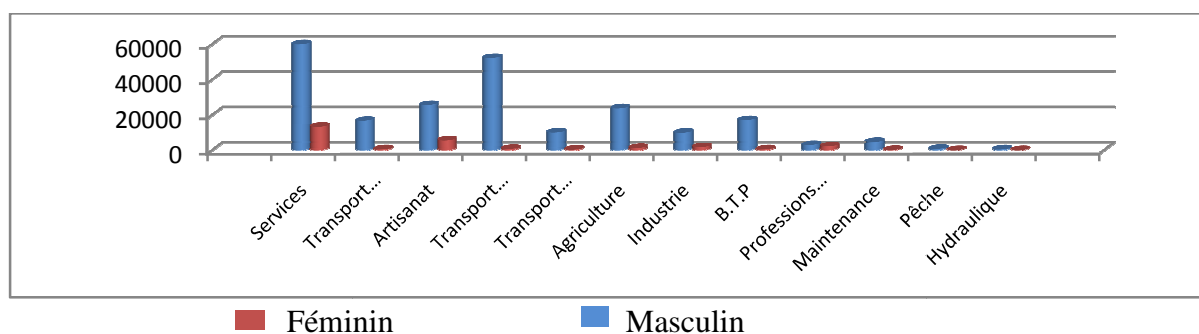
**Tableau 15 :** Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2012)

Secteur d'activité	Nombre de projets financés	Hommes	Femmes	Taux des FEM en %
Services	73 221	59 960	13 261	18
Transport voyageurs	17 066	16 604	462	3
Artisanat	30 977	25 510	5 467	18
Transport marchandises	52 870	52 187	683	1
Transport frigorifique	10 317	9 993	324	3
Agriculture	24 812	23 642	1 170	5
Industrie	11 513	9 846	1 667	14
B.T.P	17 401	16 948	453	3
Professions Libérales	5 043	2 872	2 171	43
Maintenance	4 713	4 600	113	2
Pêche	750	739	11	1
Hydraulique	464	443	21	5
<b>Total</b>	<b>249 147</b>	<b>2 23 344</b>	<b>2 5 803</b>	<b>10</b>

Source : Ministère de la petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, Direction des systèmes d'information et des statistiques ; Bulletin d'information statistique de la PME N° 22, 2012, p .40.

Ce tableau, montre que la participation des femmes a la création de micro entreprises, sur 249 147 projets financé jusqu'aux 31/12/2012, près de 25 803 micro-entreprises ont été initiées par de jeunes promotrices, soit la proportion de 10%. La participation des femmes a la création des micros entreprises a concerné principalement quelque secteur où l'on enregistré Le taux de féminité plutôt élevé.il s'agit notamment des professions libérales avec un taux de 43% et services avec 18%, l'artisanat avec 18% et après l'industrie avec un taux de 14%, et le reste des secteurs avec le taux de 2 3%.

Cette forte présence féminin dans certain secteurs au détermine d'autre secteurs montre que les femmes se lancent le plus souvent dans les secteurs traditionnellement féminins et que des secteurs entiers restent exclusivement le domaine des hommes.



**Figure n°2:** Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2012)

## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

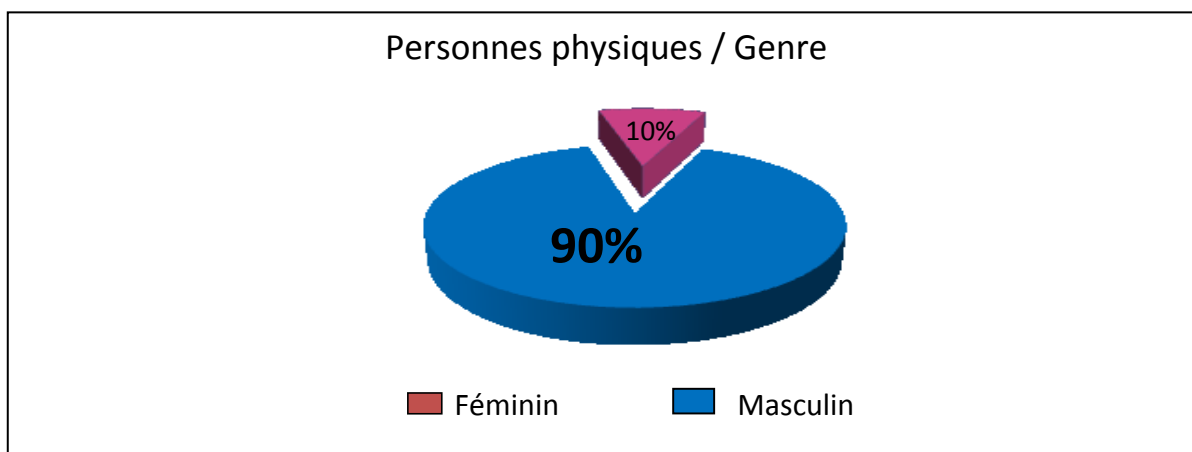
**Tableau n°16 : Répartition des personnes physiques selon la wilaya et le genre**

Code wilaya	Wilaya	Sexe		Total	Le taux féminin %
		Féminin	Masculin		
01	ADRAR	554	5 683	6 237	8,88
02	CHLEF	2 050	23 372	25 422	8,06
03	LAGHOUAT	711	8 574	9 285	7,66
04	OUM EL BOUAGHI	1 288	17 174	18 462	7,50
05	BATNA	2 480	26 497	28 977	8,56
06	BEJAIA	2 968	26 216	29 184	10,16
07	BISKRA	1 575	17 271	18 846	8,36
08	BECHAR	958	7 157	8 115	11,80
09	BLIDA	2 919	24 880	27 799	10,50
10	BOUIRA	1 536	14 327	15 863	9,68
11	TAMENRASSET	410	5 429	5 839	7,02
12	TEBESSA	1 172	11 552	12 724	9,21
13	TLEMCEM	2 736	26 380	29 116	9,39
14	TIARET	1 423	15 904	17 327	8,21
15	TIZI OUZOU	5 091	30 499	35 590	14,30
16	ALGER	11 212	76 441	87 653	12,79
17	DJELFA	999	19 642	20 641	4,84
18	JIJEL	1 904	13 785	15 689	12,13
19	SETIF	2 830	42 147	44 977	6,29
20	SAIDA	665	7 018	7 683	8,65
21	SKIKDA	2 780	18 079	20 859	13,32
22	SIDI BEL-ABBES	2 146	14 676	16 822	12,75
23	ANNABA	2 736	15 705	18 441	14,83
24	GUELMA	2 028	12 456	14 484	14
25	CONSTANTINE	3 394	20 638	24 032	14,12
26	MEDEA	1 414	15 421	16 835	8,73
27	MOSTAGANEM	1 803	14 394	16 197	11,13
28	M'SILA	1 468	21 293	22 761	6,44
29	MASCARA	1 739	18 638	20 377	8,53
30	OUARGLA	1 270	11 727	12 997	9,77
31	ORAN	5 584	44 185	49 769	11,22
32	EL BAYADH	677	3 985	4 662	14,52
33	ILLIZI	91	1 131	1 222	7,44
34	BORDJ BOU ARRERIDJ	1 734	19 641	21 375	8,11
35	BOUMERDES	1 702	17 858	19 560	8,70
36	EL TARF	1 609	8 194	9 803	16,41
37	TINDOUF	246	1 124	1 370	17,95
38	TISSEMSILT	557	4 582	5 139	10,84
39	EL OUED	1 055	12 070	13 125	8,03
40	KHENCHELA	692	7 815	8 507	8,13
41	SOUK AHRAS	1 522	9 171	10 693	14,23
42	TIPAZA	1 796	13 441	15 237	11,78
43	MILA	1 842	18 717	20 559	8,96
44	AIN DEFLA	1 694	16 133	17 827	9,50
45	NAAMA	824	4 221	5 045	16,33
46	AIN TEMOUCHENT	1 357	8 990	10 347	13,11
47	GHARDAIA	478	7 497	7 975	5,99
48	RELIZANE	1 049	16 296	17 345	6,04
	Total	90 768	798 026	888 794	10,21

Sources : www.ons.dz/IMG/Resultats\_definitifs\_phase%20I\_RE2011. P.77, PDF

## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

D'après le tableau n°16, la part des personnes physiques du genre féminin ne représentent que 10% de la totalité. Selon la répartition par wilaya, la présence féminine est plus importante dans les wilayas de Tindouf (17,95%), El Tarf (16,41%), ANAAMA (16,33%) qui sont plutôt des wilayas caractérisées par une économie rurale, Suivies des wilayas de Tizi-Ouzou, Constantine, Annaba, Soukhras et El Bayadhe. Par contre, on retrouve les wilayas qui connaissent une activité industrielle plus importante comme Alger, Oran, Blida, Tipaza...avec un taux qui flirte avec la moyenne nationale.



**Figure n° 3:** la répartition des Personnes physiques / Genre

Selon cette figure, la part des entreprises appartenant aux femmes représentent 10%.

**Tableau n°17 :** Répartition des personnes physiques par région et genre

Région	Sexe		Le taux féminin %	Total
	Féminin	Masculin		
<b>Nord centre</b>	32 382	258 588	4,06	290 970
<b>Nord Ouest</b>	16 414	143 559	2,05	159 973
<b>Nord Est</b>	17 815	116 745	2,23	134 560
<b>hauts plateaux</b>	17 520	210 045	2,19	227 565
<b>grand sud</b>	6 637	69 089	0,83	75 726
<b>Total</b>	90 768	798 026	11,37	888 794

Sources : www.ons.dzIMGResultats\_definitifs\_phase%20I\_RE2011. P.80, PDF

La concentration des personnes physiques se centralise dans la région du nord du pays avec 585503 de totale. Cela présente un taux de 65,87 % du nombre total qui est de 888 794 des personnes physiques.

La région des hauts plateaux se situe en deuxième position avec 227 565, soit un taux de 25,60 %. En troisième position il y a la région du grand sud avec environ 8,53% du total.

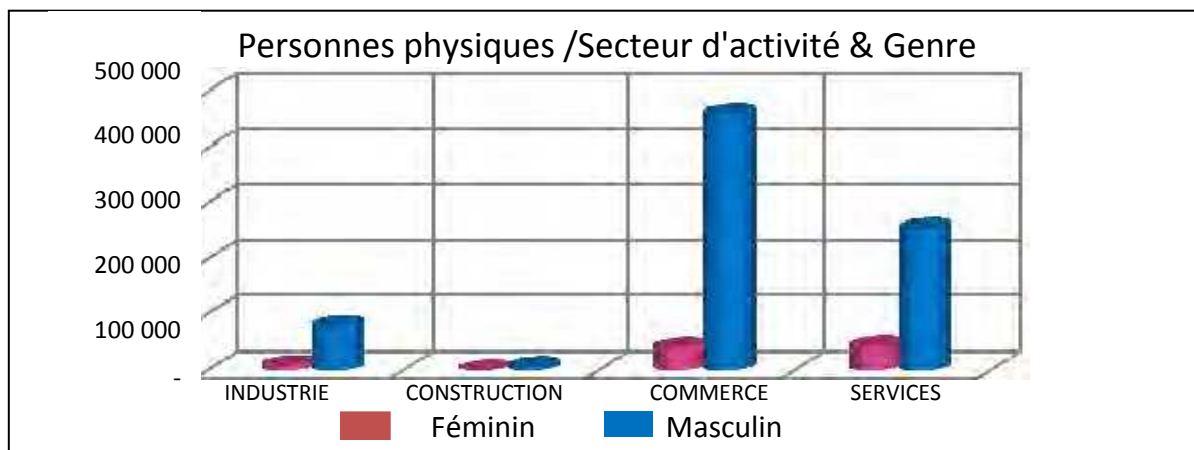
## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

**Tableau n°18 : Répartition des personnes physiques selon le secteur d'activité et genre**

Activité	Sexe		Total	% FEM
	Féminin	Masculin		
<b>Industrie</b>	8 097	78 410	86 507	7,94
<b>Construction</b>	186	5 706	5 892	3,16
<b>Commerce</b>	39 665	459 676	499 341	9,36
<b>Services</b>	42 820	254 234	297 054	14,41
<b>Total</b>	90 768	798 026	888 794	10,21

Sources : www.ons.dzIMGResultats\_definitifs\_phase%20I\_RE2011. P.80, PDF

Ce tableau, indique que la branche des services arrive en première position des PME féminin en Algérie au terme du 31/12/ 2011 avec un taux de 14,41 %, suivie par celle de commerce avec un taux de 9,36%. Autre remarque, la branche d'industrie et de construction ne montre que 7,94% et 3,16% respectivement. A partir de ces statistique en peut dire que les femmes elles travail dans les secteurs féminin et souple contrairement avec leur homologue masculin.



**Figure n° 4 : La répartition des Personnes physiques selon le secteur d'activité et le Genre**

Cette figure montre bien que le secteur du commerce domine tout les autres secteurs en termes de nombre de personne physiques suivi de secteur de services. La dominance masculine est aussi importante dans tous les secteurs. Mais la présence féminin est plus importante dans le secteur des services ensuite le secteur du commerce.

**Tableau N°19 : Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre**

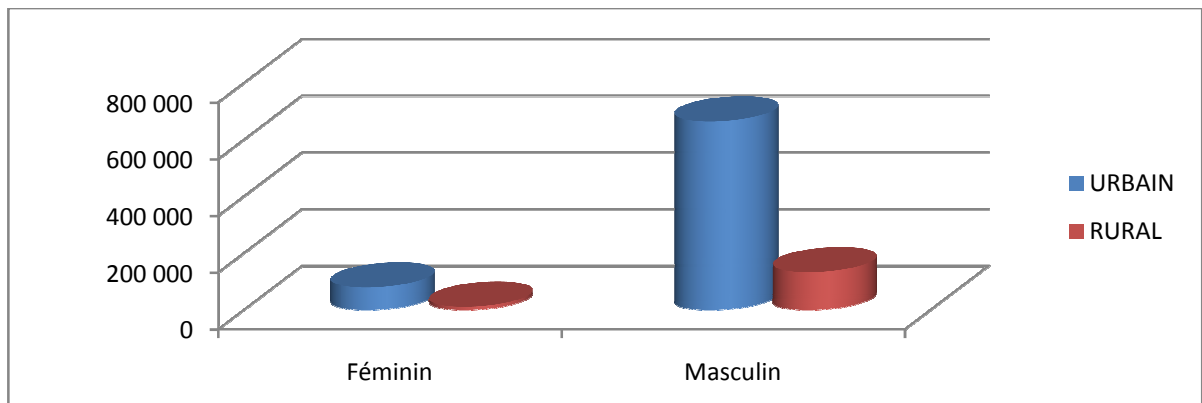
Strate	Sexe		Total	Le taux de Féminité %
	Féminin	Masculin		
<b>URBAIN</b>	79 360	665 053	744 413	10,66
<b>RURAL</b>	11 408	132 973	144 381	7,90
<b>Total</b>	90 768	798 026	888 794	18,56

Sources : www.ons.dzIMGResultats\_definitifs\_phase%20I\_RE2011. P.81, PDF

Les données de ce tableau montrent que la majorité absolue des personnes physiques ont localise leurs activités dans les centres urbain. Le genre n'a pas tellement d'influence sur

## CHAPITRE 2 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ AU NIVEAU MONDIAL ET EN ALGERIE

cette répartition même si le taux de représentativité féminine est légèrement supérieur en milieu urbain.



**Figure n°5:** Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre

Cette figure montre que le milieu urbain est le milieu privilégié des personnes physiques.

### Conclusion :

En conclusion, nous pouvons constater que le phénomène d'entrepreneuriat en générale et celui des femmes en particulier n'a pas connue une évolution linéaire mais il était lié à la politique économique du pays qui a fait l'objet de ruptures et de changement de régime. Alors que l'entrepreneuriat en tant que catégorie d'acteurs économiques ne peut se développer que dans le cadre d'une économie libérée des contraintes et limites étatiques.

Les travaux de recherche effectués sur cette question montrent que le potentiel féminin est moins impliqué, car moins encouragé en comparaison à d'autres pays, particulièrement les pays voisins. L'entrepreneuriat féminin se caractérise par la TPE (micro-entreprise) et la petite entreprise, investit dans les activités tertiaires, localisées majoritairement dans les grandes agglomérations urbaines (comme Alger, Oran, Constantine, Tizi-Ouzou, Bejaia...etc.).

## **Introduction**

Ce chapitre a pour objectif de clarifier la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia lieu de notre recherche empirique, puis nous passerons à une présentation de la méthodologie utilisée dans le cadre de ce travail. Pour cette dernière, nous allons expliquer notre démarche concernant l'échantillonnage, l'objectif de l'enquête, confection du questionnaire ainsi que son mode d'administration, le déroulement de l'enquête et enfin, l'analyse des données dans lequel nous allons voir la méthode suivie pour le traitement de ces données.

## **SECTION 1 : la dynamique entrepreneuriale dans la région de Bejaia**

Avant d'entrer dans le vif sujet pour traiter de la problématique de la place de l'entrepreneuriat féminin dans la région de Bejaïa, dont le territoire constitue notre terrain d'étude, il est nécessaire de commencer par une présentation de cette région sur laquelle sont implantées les entreprises des femmes ciblées par l'étude empirique.

### **1.1) Présentation synthétique de la région d'étude**

Ce travail de recherche a pour terrain d'investigation le territoire de la région de Bejaia, administrativement délimité par la wilaya de la même dénomination et malgré le fait que des travaux antérieurs ont présenté son territoire, nous avons jugé utile méthodologiquement qu'un travail ayant une partie exploratoire, qui est l'enquête de terrain dans notre cas, doit comporter nécessairement un bref aperçu sur le terrain où se déroule l'investigation. Ajoutant à cela le fait que le dernier *RGPH* date seulement de 2011 dont les résultats ont été édités en 2012, par conséquent, nous avons voulu mettre en valeur ces résultats et apporter les éventuelles modifications par rapports aux autres présentations contenues dans des travaux de recherche antérieurs.

La wilaya de Bejaia est une wilaya côtière dont le territoire s'étend sur une superficie de 322 348 ha dont 130 348 ha de surface agricole utile (*SAU*). Il est surtout marqué par la prédominance des reliefs montagneux (65%), coupé par la Vallée de la Soummam et les plaines situées près du littoral.

## CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

### 1.1.1) La population et l'emploi

**Tableau n°20** : Répartition de la population par groupe d'âge Situation Au 31/12/2011

	Masculin	%	Féminin	%	Total	%
0-19Ans	157971	33,11	<b>151075</b>	32,98	309046	33,05
20-29	112241	23,52	<b>104494</b>	22,81	216735	23,16
30-39	78040	16,35	<b>73017</b>	15,94	151057	16,15
40-49	52100	10,92	<b>50020</b>	10,92	102120	10,92
50-59	37894	7,94	<b>35610</b>	7,77	73504	7,86
60-69	18971	3,97	<b>20773</b>	4,53	39744	4,26
70-79	19233	4,03	<b>22148</b>	4,83	41381	4,43
ND	702	0,15	<b>911</b>	0,19	1613	0,17
<b>Total</b>	<b>477 152</b>	<b>51,02</b>	<b>458048</b>	<b>48,98</b>	<b>935 200</b>	<b>100</b>

Source: DPAT, W.de Bejaia

De ce tableau, il ressort qu'avec un taux de 51,02%, la population masculine légèrement supérieure a la population féminine qui représente 48,98%.

Selon les tranches d'âge, on remarque que la tranche 0-19ans et 20-29 ans et plus représentée aussi bien chez les hommes et chez les femmes avec un taux respectivement de 33,11%, 23,52% chez les hommes et 32,98%, 22,81% chez les femmes.

**Tableau n°21** : la répartition de la population selon les daïras

	Fém	Mas	Total	Part en %
Bejaia	99 301	102 926	202 228	<b>21,62</b>
Amizour	37 324	38 978	76 301	<b>8,16</b>
Timezrit	12 658	13 835	26 493	<b>2,83</b>
Souk El tenine	17 027	17 668	34 695	<b>3,70</b>
Tichy	18 292	19 612	37 904	<b>4,05</b>
Ighil Ali	12 193	12 494	24 687	<b>2,63</b>
Darguina	21 104	22 008	43 113	<b>4,61</b>
Aokas	14 444	14 879	29 323	<b>3,13</b>
Adekar	12 287	12 418	24 705	<b>2,64</b>
Akbou	40 277	41 148	81 425	<b>8,70</b>
Seddouk	23 200	24 180	47 381	<b>5,06</b>
Tazmalt	24 816	25 269	50 085	<b>5,35</b>
Chemini	18 281	19 250	37 531	<b>4,01</b>
Barbacha	11 278	11 539	22 817	<b>2,43</b>
Ouzelaguen	11 415	11 867	23 282	<b>2,49</b>
Sidi Aich	19 688	21 136	40 824	<b>4,36</b>
El kseur	25 547	27 223	52 770	<b>5,64</b>
Kherrata	32 156	33 737	65 892	<b>7,04</b>
Beni Maouche	6 760	6 985	13 744	<b>1,47</b>
<b>Total Wilaya</b>	<b>458 048</b>	<b>477 152</b>	<b>935 200</b>	<b>100</b>

Source: DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaia 2011, édition 2012, p15.



### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

D'après le tableau n°21, il ressort que la population masculine occupe un taux 51,02%, et la population féminine avec un taux 48,98%. La répartition géographique de la population se caractérise par une concentration importante au niveau de chef-lieu de la wilaya, soit 21,62% de la population total. Ensuite vient la commune d'Akbou avec un taux de 8,70%, Amizour avec 8,16% et la daïra de Kherrata en quatrième position avec 7,04%. Suivie des daïras El kseur, Tazmalt, Seddouk avec des taux respectivement de 5,64%, 5,35% et 5,05% et le reste des daïras avec un taux de 38,44%

La population active totale à la fin de l'année 2011 est d'environ 355 330 personnes représentant 38% de la population totale de la wilaya, la population occupée est de l'ordre de 312 690 personnes, soit un taux d'emploi de 88% en tenant compte des emplois informels, ce qui donnerait un taux de chômage oscillant entre 12 et 14% et qui touche beaucoup plus les moins de 40 ans<sup>1</sup>.

**Tableau n°22 : Population active occupée par grands secteurs activité Au 31/12/2011**

<i>Designation</i>	<i>Nombre</i>	<i>Part (%)</i>
Agriculture	67 260	21,51
B.T.P	76 045	24,32
Industries Publiques	23 890	7,64
A.D.M (exécutif, A.P.C, E.P.A)	40 210	12,86
Service	70 045	22,4
Artisanat et Tourisme	6 940	2,22
Autres	28 300	9,05
T o t a l	312 690	<b>100</b>

Source: DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaia 2011, édition 2012, p20.

Dans ce tableau en remarque que le secteur la plus dominante c'est celui de B.T.P avec un part de **24,32%** et vient après le secteur des services **22,4%**, et l'agriculture **21,51 %** Par contre Artisanat et Tourisme **2,22 %** seulement.

#### 1.1.2) L'agriculture

La wilaya de Bejaïa dispose d'une surface agricole de l'ordre de 130 148 Ha dont seulement 6500 Ha sont irrigués soit 4,98%, elle recèle d'importantes potentialités foncières de haute valeur agricole, particulièrement les terres situées dans la vallée de la Soummam et les plaines côtières qui pénètrent parfois jusqu'à 4 km en directions des piémonts dans certains endroit. Le secteur de l'agriculture est concentré essentiellement dans les cultures du

<sup>1</sup> Rapport statistique de la DPAT, de la Wilaya de Bejaia 2011, Ed 2012.

## **CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA**

---

domaine du maraîchage, des agrumes, des fourrages et dans les élevages bovins laitiers et avicoles.

Les zones de piémonts et de montagne qui constituent l'essentiel du territoire de la wilaya de Bejaia concentrent presque toutes les activités arboricoles. Les espèces dominantes sont l'olivier et le figuier, les cultures maraichères sont aussi présentes mais pratiquées sur des espaces réduits avec le recours aux serres et orientées vers l'autoconsommation ainsi que sur le marché.

### **1.1.3) Les infrastructures de base**

Etant donné son emplacement stratégique au centre-est du pays et sa vocation littorale, la wilaya de Bejaia est dotée d'infrastructures de base dont le port et l'aéroport constitue la colonne vertébrale. Cependant, la région se trouve de plus en plus isolée car elle ne fait pas partie du mégaprojet de l'autoroute est-ouest d'où l'urgence de la réalisation d'une pénétrante pour relier la wilaya de Bejaia à cette autoroute et renforcer davantage sa position géographique.

#### **1.1.3.1) Le réseau routier**

Le réseau routier de la wilaya de Bejaia se compose de 444,2 km de routes nationales (RN) dont 20 km non revêtus, 659 km de chemins de wilaya (CW) dont 12 km non revêtus et de 3021,01 km de chemins communaux dont 1003,85 km non revêtus. Les principaux axes du réseau national sont dans un état relativement convenable et desservent les centres les plus dynamiques de la wilaya du point de vue économique.

L'infrastructure ferroviaire dispose d'une voie longue de 90 km reliant le chef-lieu de la wilaya à la gare de Béni-Mansour et de 07 gares au niveau des principaux centres urbains de la Vallée de la Soummam par lesquelles ont transité près de 26 817 voyageurs. Ce réseau pourrait jouer un rôle des plus importants dans la vie économique de la région, et insuffler une réelle relance de l'activité des zones industrielles et d'activités se trouvant de part et d'autre de son tracé.

### **1.1.3.2) Le port**

Avec les infrastructures routières et ferroviaires, le port de Bejaia constitue un atout stratégique pour toute la région aussi bien pour le transport des marchandises que celui des voyageurs. Sa consistance est composée de 03 bassins d'une superficie de plus de 156 ha, d'un terre-plein de 50 ha et de 2730 ml de quais cernés par 05 jetées d'une longueur totale de 3400 ml<sup>2</sup>.

### **1.1.3.3) L'Aéroport**

Le réseau aéroportuaire relie Bejaïa au Sud algérien, à Alger et à l'Europe avec des vols réguliers.

## **1.2) L'entrepreneuriat dans la région de Bejaïa**

Après avoir présenté le territoire de la wilaya de Bejaia à travers ses différentes composantes, nous passerons ensuite à l'étude de la place qu'occupe cette dernière par rapport aux autres wilayas sur le territoire national.

### **1.2.1) Importance de la PME implantée dans la région de Bejaïa**

Quelle est la place qui occupe la région de Bejaia par rapport aux autres régions d'Algérie en termes d'entrepreneuriat ? Quelle est la part de l'entrepreneuriat implanté dans la région de Bejaia en comparaison pour répondre à ces questions, nous nous sommes appuyés sur les statistiques nationales officielles qui montrent que la wilaya de Bejaia figure parmi les wilayas qui occupent les premiers rangs en termes de création des entreprises. Dont le tableau ci-après nous renseigne d'une façon claire.

**Tableau n°23 :** Evolutions des PME dans les six wilayas durant les 5 dernières années

<b>N°</b>	<b>Wilaya</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Evolution (%)</b>
<b>1</b>	Alger	37 103	40 009	43 265	45 636	48 419	23,37
<b>2</b>	Tizi-Ouzou	16 867	18 971	21 481	23 109	24 754	31,86
<b>3</b>	Oran	17 179	19 024	17 323	18 370	19 692	12,76
<b>4</b>	Bejaia	<b>13 231</b>	<b>14 946</b>	<b>16 695</b>	17 962	19 374	31,70
<b>5</b>	Sétif	13 047	14 469	16 096	17 154	18 730	30,34

Source : Ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME N°12, 13,15, 2010, ALGER.

<sup>2</sup> Rapport statistique de la DPAT, op cit, p89.

## CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

La wilaya de Bejaïa occupe une place importante dans la répartition de la PME sur le territoire national en arrivant à la 4<sup>ème</sup> position avec 19 374 PME à la fin du 2012, devancée seulement par les wilayas d'Alger, de Tizi-Ouzou et d'Oran.

D'ailleurs mis à part Alger qui détient toujours la place de leader pour des raisons évidentes, avec pas moins de 48 419 PME, les autres wilayas occupant les quatre places suivantes dont fait partie la wilaya de Bejaia, qui affichent une croissance constante du nombre d'entreprise installées qui est passé de 13 231 en 2008 à 19 374 en 2012, C'est-à-dire une croissance de 27,23 %.

**Tableau n°24** : mouvement des entreprises Au 31 /12/2011 et la fin de 2012

	2011		2012
	Nombre PME	Emploi	Nombre PME
<b>Créations</b>	910	1286	1 472
<b>Réactivations</b>	115	175	157
<b>Radiations</b>	55	130	62
<b>Total</b>	970	1331	1 567

*Source : Annuaire statistique de la DPAT de la wilaya de Bejaïa, Edition 2012.*

A la fin 2011, le nombre de PME privées déclarées s'élève à 13 433, qui ont progressés de 970 entités soit un taux de 7.22%. En parallèle, sont créés 1331 postes d'emplois, ce qui correspond à moins de 2 emplois par entreprise. Et à la fin 2012, le nombre de PME privées déclarées s'élève à 15 000, qui ont progressés de 1 567 entités soit un taux de 11.66%, d'après ce tableau en remarque une évolution dans la création des PME avec un taux de 4,44%.

### 1.2.2) Répartition spatiale des PME

Nous présenterons la répartition spatiale des PME sur le territoire de la wilaya de Bejaia, et cela en se contentant des 5 premières communes.

**Tableau n°25** : Répartition spatiale des PME des 5 premières communes de Bejaïa

Rang	Communes	Nombre PME	%
1	Bejaia	5 220	33,53
2	Akbou	1 421	9,12
3	Tazmalt	616	3,96
4	Al kseur	584	3,75
5	Kheratta	461	2,91

*Source : la direction de la PME de Bejaia, fin de 1<sup>er</sup> semestre 2013.*

## CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

Les données du tableau n°25, indiquent que le chef lieu de la wilaya arrive en tête avec 33.53% des PME recensées fin de 1<sup>er</sup> trimestre 2013. Cette disparité se manifeste par le grand écart que sépare la commune du chef-lieu avec les autres communes arrivant juste derrière, la commune d'Akbou qui arrive en seconde position dont le nombre de PME ne représente que près de 9.12%.

### 1.2.3) Secteurs d'activité des PME de Bejaia

La nature des secteurs d'activité des PME et le nombre d'emplois créés à Bejaia, sera abordée dans le tableau ci-dessus

**Tableau n° 26 :** Répartition des PME privées et publiques par secteur d'activité et l'emploi 1<sup>er</sup> trimestre 2013

Secteur d'activité	Privée		Publique		Total	
	PME	Emplois	PME	Emplois	PME	Emplois
Agriculture et pêche	355	2 000	01	09	356	2009
Eaux et énergie	03	22	01	163	04	185
Mines et carrières	26	454	02	74	28	528
I.S.M.M.E	322	1656	03	167	325	1823
Matériaux de construction,	258	1550	09	826	267	2376
Bâtiments et travaux publics	3868	14 082	08	506	3876	14588
Chimie, caoutchoucs, plastique	105	662	02	135	107	797
Industries agroalimentaires	551	2 952	01	69	552	3021
Industrie Textile, bonneterie,	132	367	01	136	133	503
Industries des cuirs et chaussures	05	10	00	00	05	10
Industrie du bois, liège, papier,	730	1 755	02	16	732	1771
Industries diverses	28	43	00	00	28	43
Transport et communication	2994	4 646	02	75	2996	4721
Commerces	3096	6 194	04	112	3100	6306
Hôtellerie et restauration	697	2 395	02	115	699	2510
Services fournis aux entreprises	1105	5 163	02	58	1107	5221
Service fournis aux ménages	1136	2 596	01	03	1137	2599
Établissements financiers	27	360	00	00	27	360
Affaires immobilières	81	497	00	00	81	497
Services pour collectivités	49	616	00	00	49	616
Total	15 568	48 020	41	2 464	15 609	50 484

Source : Direction de l'Industrie et PME et de la promotion de l'investissement

A la fin de 1<sup>er</sup> trimestre 2013, il a été enregistré un total de 15568 PME privées. Elles sont constituées de 99,79% (presque la totalité), avec une création d'emplois qui est 50 484. Sauf 0,21% ou 41 des PME publique avec 2464 emplois.

## CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

Le secteur la plus dominant est celui des B.T.P qui enregistrée plus de  $\frac{1}{4}$  des PME total soit 25,2% .en seconde position c'est le commerce avec un taux de 19,85%, et ensuite vient les secteurs des Transports et communications avec un taux de 19,08%.

### 1.3) l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia

Après avoirs présenter l'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia en doit spécifié dans cette partie a la contribution des femmes dans la création des PME.

**Tableau N°27** : Répartition du nombre des PME privées par genre au 31/12/2012

Nature des PME	Nombre des PME	Part des PME en %
PME féminines	1152	7,68%
PME masculines	13848	92,32%
Total	15000	100%

**Source:** Etabli à partir des données collectées au niveau de la direction de la PME.

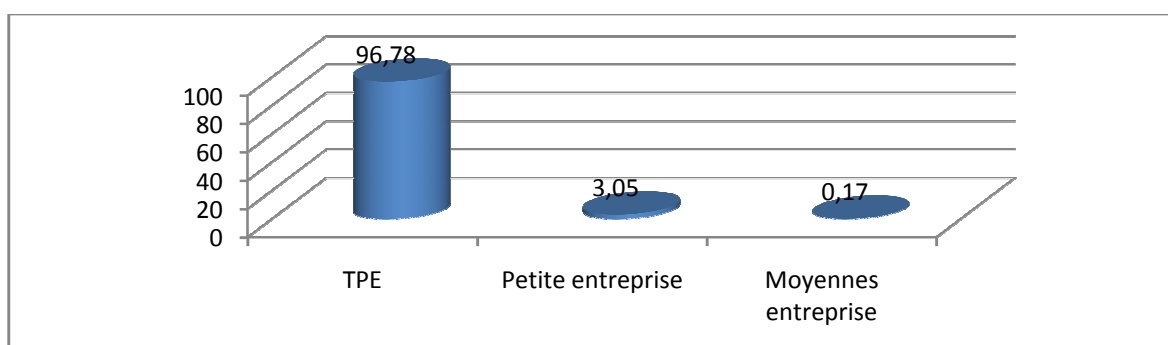
Selon la direction des PME, le nombre total des PME privées a atteint près de 15000PME vers fin 2012. Une estimation par genre avec 92,32% pour les PME privées masculines et 7,68% pour les PME privées féminines soit 13848 PME et 1152 PME respectivement.

**Tableau n°28:** La répartition des PME féminines selon l'effectif

Taille	Nombre	Pourcentage (%)
TPE	1115	96,78
Petite entreprise	35	3,05
Moyennes entreprise	2	0,17
Total	1152	100

Source : la direction des PME et de l'artisanat

L'effectif qui constitue l'un des indicateurs de mesure de la taille d'une entreprise, permet de notre cas d'affirmé que les femmes de la wilaya de Bejaia créent le plus souvent de très petite entreprises (TPE),qui représentent 96,78% de totale des PME féminin , soit 1115 entités ; alors que les entreprises de petite et moyenne dimension ne représentent respectivement que 3,05% et 0,17%.



**Figure n° 6:** la répartition des PME féminin selon la taille

### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

**Tableau n° 29:** La répartition des PME féminin privées par secteur d'activités

Secteur d'activités	Nombre des PME	Taux %
Agriculture et pêche	16	1,39
Matériaux de construction, céramique	15	1,30
B.T.P	133	11,55
Chimie, caoutchoucs, plastique	05	0,43
Industrie agroalimentaires	48	4,17
Industrie textile, bonneterie, confection	45	3,91
Industrie du bois, liège, papier,	30	2,60
Transport et communication	191	16,58
Commerce	298	25,87
Hôtellerie et restauration	65	5,64
Services fournis aux entreprises	107	9,29
Services fournis aux ménages	190	16,49
Immobilier	09	0,78
<b>TOTAL</b>	<b>1152</b>	<b>100</b>

*Source : Données de la direction des PME de Bejaia 2012*

La répartition des PME privées à Bejaia par secteur d'activités, démontre une présence féminine considérable, elles sont beaucoup plus nombreuses dans le commerce avec 298 entreprises, et le secteur des services avec un taux de 25,77%, en trouve en troisième position transport et communication avec un taux de 16,58%.

Il faut souligner également, l'activité féminine dans des secteurs « masculins » par exigence, comme le BTP, l'industrie et le transport.

Cela explique clairement le défi relevé par la femme algérienne pour s'imposer dans la société, et acquérir un statut égal à celui de l'homme.

**Tableau N°30 :** Répartition du nombre des artisans par sexe et par secteur d'activité au 31/12/2012

Domaine		Nombre	Part en %	% des F
<b>Artisanat traditionnel et d'art</b>	Femmes	1194	17,37	11,89
	Hommes	651		
<b>Artisanat de production de biens</b>	Femmes	402	15,13	4,06
	Hommes	1118		
<b>Artisanat de production de services</b>	Femmes	774	67,5	7,76
	Hommes	6007		
<b>Total</b>		10045	100	23,71

**Source :** Données collectées au niveau de la chambre de l'artisanat et des métiers.

D'après ce tableau, la participation des femmes dans l'artisanat représente 23,71%, elles sont activées beaucoup plus dans le domaine d'artisanat traditionnel et d'art avec un taux de 11,89%, suivies après l'artisanat de production et de service avec un taux de 7,76% et enfin 4,06% dans l'artisanat de productions des biens.

## CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

**Tableau n° 31:** Répartition des projets finances par l'ANSEJ selon le genre (2011 et 2012)

Secteur d'activité	2011				2012			
	Nbre	Sexe du gérant		% FEM	Nbre	Sexe du gérant		% FEM
		Masc	Fém			Masc	Fém	
Services	413	341	72	<b>17,48</b>	1035	847	188	<b>18,16</b>
Artisanat	94	87	7	<b>7,45</b>	182	155	27	<b>14,84</b>
Agriculture	60	58	2	<b>3,33</b>	100	95	5	<b>5,00</b>
Industrie	75	54	21	<b>28</b>	115	99	16	<b>13,91</b>
BTPH	247	243	4	<b>1,62</b>	658	653	5	<b>0,76</b>
Transport	883	833	50	<b>5,66</b>	2052	2006	44	<b>2,14</b>
Profession libérales	23	12	10	<b>43,48</b>	—	—	—	—
<b>Total</b>	<b>1794</b>	<b>1628</b>	<b>166</b>	<b>9,25</b>	<b>4142</b>	<b>3857</b>	<b>285</b>	<b>6,88</b>

Source : ANSEJ

La participation de l'ANSEJ dans la création des Micro Entreprises dans la wilaya de Bejaia est considérable. Le tableau ci-dessus montre que les femmes sont présentes dans tous les secteurs d'activité. (43,48%) sont actives dans des professions libérales en 2011, (17,48%) d'entre elles exercent dans le secteur des services avec un nombre de 72 entreprises créées, suivi de l'artisanat avec (16,14%). Malgré que ces pourcentages sont faibles par rapport aux entreprises créées par les hommes, mais, ils restent encourageants, surtout si nous les comparons à la situation de la femme à Bejaia il y a quelques années.

### 1.2.2.1) Analyse spatiale des PME appartenant aux femmes

La répartition géographique des PME appartenant aux femmes, dans la wilaya de Bejaia indique que une forte concentration dans quelques communes, puisque 85,47% sont concentrées sur seulement douze communes, alors que le reste des PME représente 14,53% sur 40 communes. Il y a six communes, qui ont aucune PME appartenant à une femme n'a été identifiées. Il s'agit de : Feraoun, Ait R'zine, Beni Melikeche, Tifra, Melbou, Taourirt Ighil, Beni K'sila.

**Tableau n°32 :** La répartition spatiale des PME et la population féminine 2012

Commune	Nombre	%	% cumulé	Pop. Fém	% PME / Pop. Fém
<b>Bejaia</b>	432	37,5	37,5	89 724	0,48
<b>Akbou</b>	119	10,32	47,82	27 003	0,44
<b>Al kseur</b>	56	4,86	52,68	14 790	0,38
<b>Tazmalt</b>	53	4,60	57,28	14 682	0,36
<b>Sidi-Aich</b>	51	4,42	61,7	6 844	<b>0,74</b>
<b>Kheratta</b>	51	4,42	66,12	17 539	0,29
<b>Aokas</b>	45	3,91	70,03	8 088	0,55
<b>Amizour</b>	43	3,73	73,76	7 829	0,54
<b>Timezrit</b>	42	3,64	77,4	12 658	0,33
<b>Souk-El Tenine</b>	36	3,13	80,53	6 950	0,51
<b>Ouzelaguen</b>	34	2,95	83,48	11 415	0,29
<b>Tichy</b>	23	1,99	85,47	8 236	0,28

Source : à partir des données 2012 de la DPME de Bejaia et de la DPAT



### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

Le tableau n°32, indique une concentration particulière dans la commune de Bejaia qui abrite 432 entités, soit 37,5%, suivie de la commune d'Akbou qui accueille 10,32% ces deux communes à elles seules renferment presque la moitié des PME appartenant aux femmes, dans la wilaya. Ces deux communes sont suivies de loin par les communes d'El Kseur, Tazmalt, Sidi-Aich et Kheratta avec un taux respectivement 4,86%, 4,60% et 4,42%, ainsi que les communes d'Aokas, Amizour, Timezrit, Souk-El Tenine sont régulièrement avec un taux de 3,91% ; 3,73% ; 3,64% et 3,13% et en fin Ouzelaguen et Tichy avec un taux moins de 3%.

Un autre indicateur permet également de se rendre compte de la faible participation des femmes dans la vie entrepreneuriale. Le rapport des femmes entrepreneurs à la population totale féminine fait ressortir un taux de 0,25%. Cet indicateur met le commun de Sidi-Aich en premier lieu avec (0,74%), suivie par Aokas (0,55%), Amizour (0,54%), Souk-El Tenine (0,51%), Bejaia (0,48%), Akbou (0,44%) et le reste des communes avec un taux moins de (0,40%).

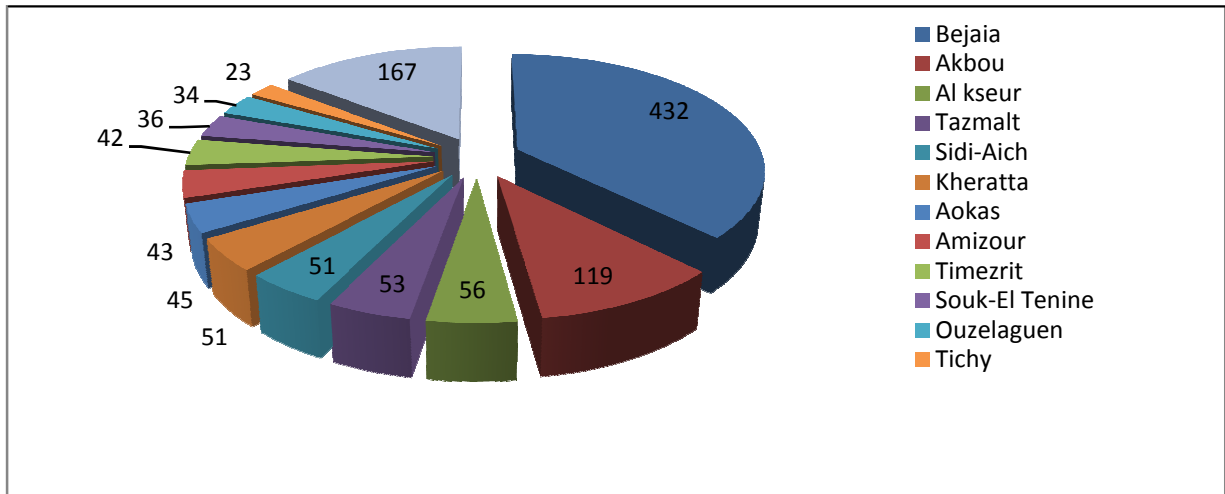
**Tableau n° 33:** Evolution des PME féminine selon les trois périodes.

Année Commune	<2000	%	2000-2009	%	2010-2012	%	Nombre
Bejaia	54	12,5	257	59,5	121	28	432
Akbou	18	15,12	73	61,34	28	23,52	119
Al kseur	5	4,20	38	31,93	9	15,07	56
Tazmalt	2	3,77	38	71,69	13	24,52	53
Sidi-Aich	7	13,72	37	72,54	7	13,72	51
Kheratta	3	833	36	70,58	12	23,52	51
Aokas	5	1111	32	7111	8	17,77	45
Amizour	10	2325	17	39,53	16	37,2	43
Timezrit	1	238	29	69,04	12	28,57	42
Souk-El Tenine	4	1111	22	6111	10	27,77	36
Ouzelaguen	5	14,7	21	61,76	8	23,52	34
Tichy	-		13	56,52	10	43,47	23
<b>Total 12 communes</b>	<b>114</b>	<b>11,57</b>	<b>613</b>	<b>62,23</b>	<b>258</b>	<b>26,19</b>	<b>985</b>
<b>Le reste des communes</b>	19	1137	17	10,17	131	78,44	167
<b>TOTAL</b>	<b>133</b>	<b>11,54</b>	<b>630</b>	<b>54,68</b>	<b>389</b>	<b>33,76</b>	<b>1152</b>

Source : réaliser a partir des données de la DPME ,2012.

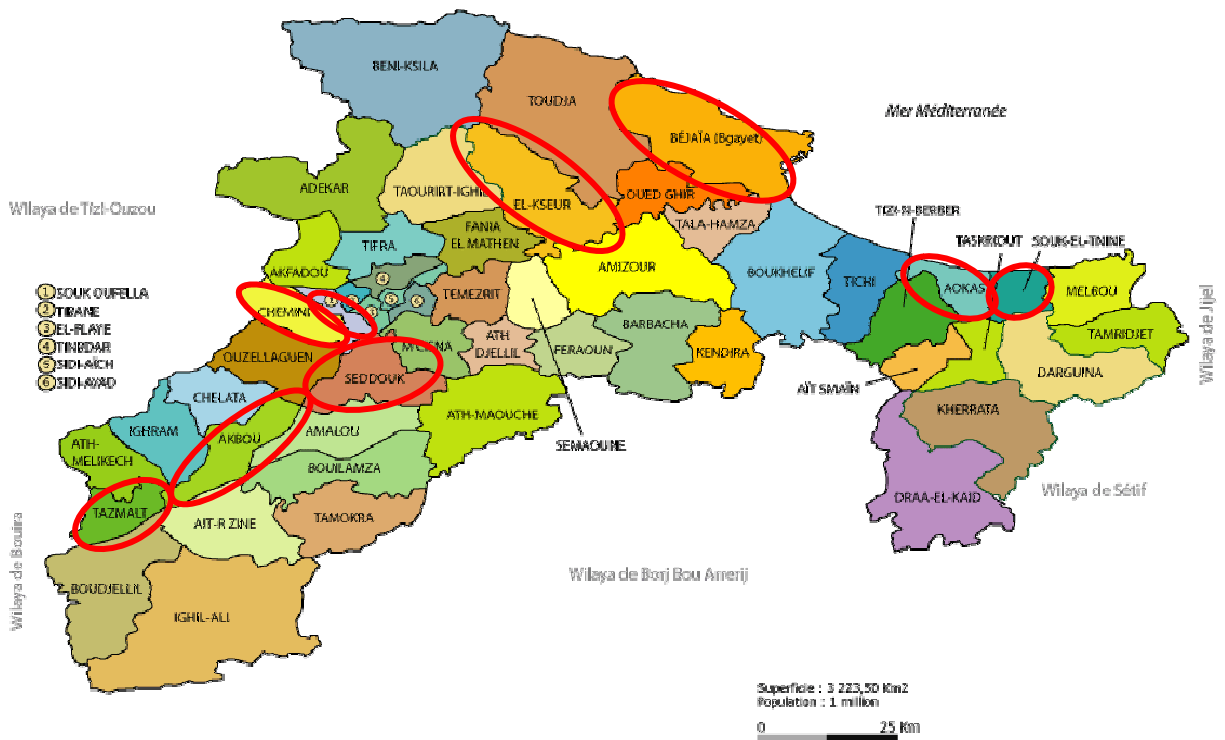
D'après ce tableau, il ya 18 communes qui exerce l'activité entrepreneurial avant 2000, on trouve la commune de Bejaia en premier lieu, sa première activité été en 1970. Donc nous peut dire que l'activité entrepreneuriale féminin est commencer depuis cette années dans la communes de Bejaia et la deuxième communes est El Kseur en 1978. Avant 2000, l'axe côtière il représente un nombre des PME féminin est faible il ya juste 13 entreprise, elles évoluent a partir les dernières années.

## CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA



**Figure n°6 :** la répartition des PME féminin par les communes

### COMMUNES DE LA WILAYA DE BEJAIA (BGAYET)



**Figure n°8 :** représente les communes de la wilaya de Bejaia

Cette figure montre la répartition en communes de la wilaya de Bejaia. Les communes en cerclées sont celles qui sont touchées par notre étude.

### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

**La Tableau n° 34:** répartition des PME selon l'année de création

Année	Nombre	Part en (%)
<2000	133	11,54
2000	26	2,25
2001	30	2,60
2002	26	2,25
2003	41	3,56
2004	58	5,03
2005	63	5,47
2006	79	6,86
2007	87	7,55
2008	93	8,07
2009	127	11,05
2010	129	11,19
2011	125	10,84
2012	135	11,73
Total	1152	100

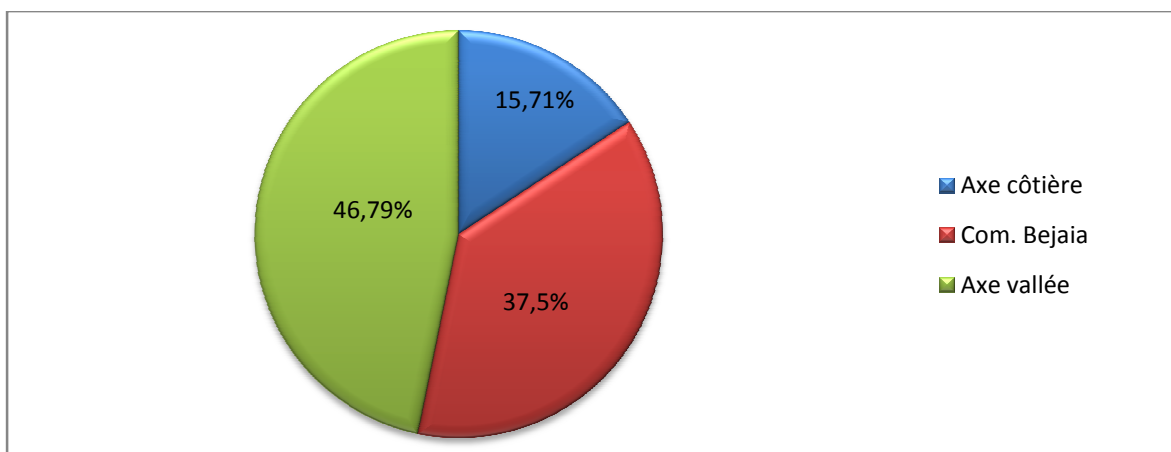
Source : établie a partir des données du rapport d'activité 2012 de la DPME de Bejaia

A partir de ce tableau, nous constatons que la répartition des PME selon l'année de création sa augmente d'une année a une autre, cette augmentation s'est particulièrement accélérer depuis 2009 puisque la part annuelle est passée de 8,07% en 2008 à 11,73% en 2012.

**Tableau n°35:** Répartition de la population mère selon localisation et année de création

Localisation géographique		La part en %	Année de création		La part en %
	Nombre			Nombre	
<b>Axe côtière</b>	181	15,71	Avant 2000	133	11,55
<b>Com. Bejaia</b>	432	37,5	2000 - 2009	630	54,68
<b>Axe vallée</b>	539	46,79	2010 - 2012	389	33,77
<b>Total</b>	1152	100	Total	1152	100

Source : établie a partir des données du rapport d'activité 2012 de la DPME de Bejaia



**Figure n°9 :** Répartition des PME féminin selon la localisation géographique

## **SECTION 2 : Méthodologie d'enquête : Objectifs, étapes et Techniques**

Au cours de cette section, nous présenterons les différentes étapes suivies afin de réaliser l'enquête souhaitée. Ainsi, il devient nécessaire de présenter ces points :

L'Echantillonnage, objectif de l'enquête, confection du questionnaire et son mode d'administration ainsi que le déroulement de l'enquête.

En effet, à travers cette enquête, nous souhaitons appréhender le phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia et connaître l'état actuel et futur des entreprises féminines.

### **2.1) Objectifs de la recherche empiriques :**

Notre enquête a pour but de collecter les informations sur le terrain pour les besoins des vérifications des deux hypothèses émises au départ et de même coup répondre à la question problématique qui exige de définir aussi bien les caractéristiques des femmes entrepreneures en définissant leurs motivations, objectifs et valeurs phares d'une part que les caractéristiques des entreprises créées par ces femmes ( localisation, secteur d'activités ,taille...etc.) .

### **2.2) Les techniques de recueil des informations sur le terrain**

**2.2.1) Elaboration du questionnaire :** En raison de la dispersion de la population étudiée sur tout le territoire de la wilaya, nous avons opté pour le questionnaire comme technique de collecte des informations sur le terrain afin de toucher un maximum des femmes entrepreneures en un temps court.

A partir de là, nous avons élaboré un questionnaire de trente sept questions centrées et ordonnées autour des axes suivants :

- 1- Identification de la femme entrepreneure ;
- 2- Identification de l'entreprise ;
- 3- Processus et obstacles de création de l'entreprise ;
- 4- Motivations et objectifs de la création de l'entreprise ;
- 5- Statut et rôle de la femme entrepreneur.

### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

Certaines questions sont fermées et d'autres sont ouvertes. Même si ces dernières sont difficiles à traiter, mais elles permettent la libre expression aux personnes interrogées au lieu de les enfermer dans un modèle théorique.

#### 2.2.2) Echantillonnage

A partir de cette population, nous avons choisi un échantillon selon la méthode des quotas à base de 10%. Le principe est de respecter les proportions des catégories de population constituées par les deux variables indépendantes que sont : localisation géographique et Année de création de l'entreprise. Ce qui nous a permis de constituer l'échantillon suivant :

**Tableau n° 36:** la répartition de l'échantillon choisi selon la localisation géographique et Année de création

Localisations	Nombre	Année de création	Nombre
Axe côtière	18	Avant 2000	13
Com. Bejaia	43	2000 – 2009	63
Axe vallée	54	2010 – 2012	39
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>Total</b>	<b>115</b>

Source : Etabli à partir des données de DPME de Bejaia

Mais le choix des sujets dans la réalité pour chacune des catégories s'est fait de manière accidentelle, selon les circonstances. C'est pour quoi, nous n'avons pas pu remplir la totalité des questionnaires. Et à défaut du temps nous n'avons pas réussi à remplacer celles qui ont refusé ou qui n'ont pas tenu leurs promesses de contribution.

C'est ainsi que l'échantillon prévu initialement a été amputé de quelques unités. Il se répartit comme suit :

**Tableau n°37 :** la répartition des PME féminin selon les régions enquêtée

Commune	Nombre de PME	Questionnaires Distribués	Questionnaires récupérés	Questionnaires exploitable	%
Bejaia	432	34	27	25	5,78
Akbou	119	13	11	11	9,24
Sidi-Aich	51	12	11	10	19,60
Tazmalt	53	11	9	9	17,64
Al kseur	56	10	7	7	12,5
Aokas	45	8	7	7	15,55
Souk-El Tenine	36	7	6	6	16,66
Seddouk	20	6	6	6	30
Chemini	13	5	5	5	38,46
Souk-Oufla	9	4	4	4	44,44
<b>Total</b>	<b>834</b>	<b>110</b>	<b>93</b>	<b>90</b>	<b>10,79</b>

Source : A partir des données de DPME et notre enquête sur terrain

## **CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA**

---

Ce tableau montre que l'échantillon des femmes entrepreneures ciblées est égal à 110 représentant 13,19% du totale localises dans 10 communes de la wilaya de Bejaia. Enfin de compte, nous avons obtenu un échantillon exploitable de 90 femmes entrepreneures, ce qui est appréciable en soi car le taux de non réponses est inférieur a 20 % malgré les réticences et les hésitations constatées sur le terrain.

### **2. 3) Déroulement de l'enquête :**

Notre enquête sur le terrain s'est déroulée durant la période du 5 mars au 15 mai de l'année en cours, cette période nous a été plus que profitable dans la mesure où l'opportunité de prendre attache avec des femmes entrepreneures nous a été offerte par l'organisation d'une exposition de 3 jours (du 05 au 07 mars) de la direction de la chambre d'artisanat de la wilaya de Bejaia à l'occasion de la journée internationale de la femme. Ces contacts nous ont facilité la réalisation de quelques entretiens avant de se déplacer sur les lieux d'implantation de leurs entreprises respectives pour les besoins de passation des questionnaires.

Cependant, on ne peut dire que le travail de recherche empirique s'est déroulé d'une manière linéaire sans entrave aucune, puisque nous avons doublé d'effort et multiplier les appels et les rappels pour pouvoir obtenir leurs accord de nous recevoir et de répondre à nos questions. Entre celles qui ont refusé et celles qui n'ont pas tenu leurs promesses, les raisons évoquées sont les mêmes et sont liées a leurs manque de temps libre et leur indisponibilité.

Ce qui nous a rendu le travail difficile est la dispersion de l'échantillon d'étude sur toute la région de Bejaia, ce qui a nécessité des déplacements multiples sur les axes côtier et de la vallée de la Soummam pour toucher à 1/10<sup>ème</sup> de la population mère de 1152 femmes entrepreneures enregistrées au niveau de la wilaya de Bejaia.

Il faut signaler que ce nombre dépasse le nombre réel des femmes entrepreneures car nous avons constaté lors de nos déplacements et des vérifications sur le terrain que certaines entreprises retenues au départ n'ont de féminin que le propriétaire administratif car en réalité ce sont les conjoints qui s'occupent de tout. Dans ce cas, les femmes servent de couverture administrative à des activités économiques et entrepreneuriales masculines, qui ne peuvent être prises en compte dans le cadre de notre étude.

## **2.4) Traitement des questionnaires**

Pour les besoins de dépouillement des questionnaires exploitables, nous les avons numérotés de 1 à 90 et nous avons procédé au codage des questions et réponses en constituant un guide des codes chiffrés avant d'élaborer un tableau de dépouillement, dont les lignes correspondent aux questionnaires et les lignes aux questions.

A partir du tableau de dépouillement, nous avons constitué des tableaux simples, pour les fins de description. Concernant le tri croisé, nous avons retenu deux variables explicatives :

- La répartition spatiale des entreprises : qui est repérée par la division du territoire de la région d'étude en trois zones : la communes de chef lieu de wilaya considérée le centre d'attraction, l'axe côtière où malheureusement le coté ouest n'a pas été pris en compte en raison de la faiblesse de la densité démographiques et de l'activité économique et l'axe qui longe la vallée de la Soummam sur ses deux rives Est et Ouest.
- En faisant le rapport avec les hypothèses de recherche, on suppose que les objectifs et les motivations de création des entreprises varient en fonction du temps (année ou période de création) et du lieu d'implantation.

## **SECTION 3 : Les caractéristiques des femmes entrepreneures étudiées**

Il est difficile de caractériser une population aussi éclectique que celles des entrepreneures. Les caractéristiques portent sur les questions d'identification des femmes interrogées à savoirs : l'âge, le niveaux d'instruction, la situation familiale...etc. Cette description doit permettre de constituer une base d'informations qui pouvait servir d'élément explicatif à l'analyse des réponses aux questions axées directement sur le sujet de recherche.

Les différentes caractéristiques des femmes enquêtées sont présentées dans des tableaux simples.

### **3.1) Les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneures**

Nous avons tenté de toucher à toutes les catégories d'âge pour mieux comprendre le phénomène d'entrepreneuriat chez les femmes de Bejaia, et aussi pour mieux cerner leurs motivations et leurs projets.

### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

**Tableau N°38:** L'âge des femmes entrepreneures étudiées

Age	Fréquence	Part (%)
25-35 ans	24	26,67
36-45 ans	55	61,11
46 ans et plus	11	12,22
Total	90	100

Le tableau ci-dessus montre que l'âge des femmes entrepreneures figurant dans notre échantillon. Le pourcentage le plus élevé est concentré dans la tranche d'âge de (36 à 45 ans), avec (61,11%). Suivie d'une tranche d'âge relativement jeune, celle de (25 à 35 ans), dont le taux est de (26,67%). La femme entrepreneure la plus âgée que nous avons interrogée a 58 ans et la plus jeune est âgée de 25 ans.

**Tableau N° 39 :** Le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Fréquence	Part (%)
Non scolarisées	2	2,22
Primaire	12	13,33
Moyen	16	17,77
Secondaire	22	24,44
Universitaire	38	42,22
Total	90	100

La majorité des femmes entrepreneurs ont un niveau d'instruction élevé (secondaire et universitaire) avec un taux de 66,66%. Dans le deuxième rang, les femmes avec un niveau moyen et primaire représentent 31% de l'échantillon. Alors que les femmes non scolarisées ne représentent que 2,22% de l'échantillon de notre étude.

**Tableau N°40 :** Situation professionnelle antérieure

Situation professionnelle	Fréquence	Part (%)
Fonctionnaire	28	31,11
Etudiante	7	7,77
Chefs d'une autre entreprise	15	16,67
Enseignement	14	15,55
Femme au foyer	26	28,88
Total	90	100

Nous remarquons qu'une grande partie de femmes entrepreneurs ont déjà exercé une activité antérieure à leur activité actuelle vu leur niveau d'instruction relativement élevé. Ce qui leur a permis d'exercer l'activité d'entrepreneur et s'engager dans des projets nécessitant un savoir faire. Les femmes au foyer représentent le moindre taux avec 28,88%.



## CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

### 3.2) La situation familiale des femmes enquêtée

Pour ce qui est de leur situation familiale, nous pouvons observer que sur l'ensemble des 90 Femmes entrepreneures,

**Tableau N°41** : La situation familiale (le statut civil) des entrepreneures

Situation familiale	A la création	Actuellement	Part (%) Actuellement
	Fréquence	Fréquence	
Célibataire	30	24	26,67
Mariée	56	59	65,56
Divorcée et veuve	4	7	7,77
Total	90	90	100

La grande partie des femmes entrepreneures interrogées sont mariées. Elles sont représentées par un pourcentage très élevé (65,56%) de l'échantillon. Celles-ci ne considèrent pas le mariage comme étant un obstacle, elles avouent que la femme algérienne peut concilier entre sa vie familiale et professionnelle.

Les femmes entrepreneures célibataires sont moins nombreuses avec seulement (24,67%). Les femmes divorcées et veuves ne représentent que 4,44% et 3,33% respectivement de notre échantillon.

**Tableau N° 42** : Le nombre d'enfant à charge

Le nombre d'enfant	Fréquence	Part (%)
Aucun enfant	3	4,54
1 enfant	6	9,09
2 et 3 enfant	24	36,37
Plus de 3 enfants	33	50
Total	66	100

Le pourcentage est calculer par apport au nombre des femmes mariés, veuve et divorcé 66. Les femmes entrepreneures de notre échantillon d'étude ayant plus de 3 enfants représentent une part plus importante qui est de 50%. Suivie de 36,37% pour celles qui ont de (02 à 03) enfants en charge. Alors que celles n'ayant pas d'enfants sont présentées avec un taux très faible qui est de 4,54%. Pour les femmes célibataires ne sont pas arborer dans ce tableau.

Nous remarquons que le nombre d'enfants est limité, cela s'explique par la charge du travail. Certaines femmes rencontrées, ont lancé leurs activités lorsque leurs enfants ont grandis.

De ce fait, on dit que les femmes entrepreneurs ont bien conscience que le niveau d'instruction joue un rôle prépondérant dans la réussite de leurs entreprises ou projets. Ce qui

## CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

montre que les chances d'accès au statut d'entrepreneur, comme les chances d'accès au monde du travail salariés, augmente avec l'augmentation du niveau d'instruction de la femme.

**Tableau N°43 :** Activité professionnelle des conjoints des femmes entrepreneures

Activité professionnelle	Fréquence	Part (%)
Commerçants	23	35,38
Chefs d'entreprises	19	19,23
Agriculteurs	12	18,46
Employés	6	9,23
Chômeurs	5	7,69
Inconnue	1	1,66
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100</b>

Dans la plupart des cas les conjoints des femmes enquêtées sont des commerçants avec un taux de 35,38%, suivie après qui est chefs d'entreprises avec un taux 19,23%.

Il ya deux femmes qui déclare que leur conjoint sont salariés dans leur l'entreprise. Donc en peut dire que le conjoint joue un rôle important il encourage sa femme à créer leur entreprise.

**Tableau N° 44:** Activité professionnelle du père des femmes entrepreneur

Agricole	<b>32</b>	<b>33,33</b>
Commerçant	20	22,22
Cadres	10	11,11
Chefs d'entreprise	7	7,77
Chômeur	5	5,55
Inconnue	16	17,77
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

La majorité des femmes enquêter l'activité professionnel du père sont des agricoles et des commerçants, les cadres et chef d'une autre entre entreprise ne représente que 11,11% et 7,77% respectivement, les qui ont pas déclaré l'activité du père sont 16 femmes.

### 3.3) Les caractéristiques des entreprises créées par les femmes

Nous regroupons ici les informations relatives aux entreprises dirigées par les femmes de notre échantillon : l'année de création, lieu de travail, la nature d'entreprise, la taille de l'entreprise, le secteur d'activité et le chiffre d'affaire Annuelle.

**Tableau N° 45:** l'année de création des entreprises étudiées

Période	Fréquence	Part (%)
< 2000	17	18,89
2000-2005	15	16,67
2006-2010	40	44,44
2011-2012	18	20
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

Plus de la moitié des entreprises gérées par ces femmes entrepreneures sont jeunes : 64,44% créées après 2005. Entre la période (2000-2005) le taux est 16,67% des entreprises administrées par des femmes, Uniquement 18,89% des entreprises dirigées par des femmes ont été créées avant 2000.

**Tableau N° 46:** Le siège social des entreprises enquêtées

Région	Fréquence	Part (%)
Bejaia	25	27,77
Akbou	11	12,22
Sidi-Aich	10	11,11
Tazmalt	9	10
El-Kseur	7	7,77
Aokas	7	7,77
Souk-El tenine	6	6,67
Seddouk	6	6,67
Chemini	5	5,55
Souk-oufla	4	4,44
Total	<b>90</b>	<b>100</b>

27,77% des entreprises enquêtées se retrouvent au niveau de la commune de Bejaia, 12,22% dans la commune d'Akbou, 11,11% dans la commune Sidi-Aïch, 10% dans la commune de Tazmalt, 7,77% au niveau de El-Kseur et Aokas, 6,67% à Seddouk, et Souk-El tenine, et enfin Chemini et Souk-oufla respectivement avec un taux de 5,55 % ;4,44% .

**Tableau n° 47:** sources de financement initial

Type de réponse	Fréquence	Part (%)
Epargne personnelle	22	24,44
Aide familiale	6	6,67
Emprunt bancaire	10	11,11
Epargne personnelle et aide familiale	28	31,11
Emprunt des amies	4	4,44
Etatique	20	22,22
Totale	90	100

Les sources principales de financement des femmes entrepreneures au démarrage de leur entreprise sont d'une part l'épargne personnelle et les aides familiales. L'emprunt bancaire représente un faible pourcentage qui peut être traduit par la crainte de risques bancaires ou par le manque de garanties à accorder pour l'établissement débiteur.

**Tableau n° 48:** Statut du répondant dans l'entreprise

Statut	Fréquence	Part (%)
Créatrice	8	8,89
Créatrice/Gérante	76	84,44
Gérante	6	6,67
Total	90	100

### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

Le tableau n°48, nous montre le statut des femmes entrepreneures qui nous fournissent les réponses aux questions posées dans questionnaire. Ainsi, 84,44% des femmes entrepreneures sont à la fois créatrices et gérantes, 8,89% d'entre elles sont créatrices et 6,67% restant pour les entrepreneures qui sont uniquement gérantes.

**Tableau N°49 : La nature des entreprises enquêtées**

	Fréquence	Part (%)
Individuelle	<b>85</b>	<b>94,44</b>
Familiale	<b>2</b>	<b>2,22</b>
En association	<b>3</b>	<b>3,34</b>
Total	<b>90</b>	<b>100</b>

La grande part des entreprises enquêtées sont individuelle représente un taux de 94,44%, alors que familiales et en association ne représente que 2,22% et 3,34% respectivement.

**Tableau N° 50 : L'effectif de l'entreprise**

Effectif	Fréquence	Part (%)
Aucun salarié	7	7,77
1-9 salariés (es)	75	83,33
10-49 salariés (es)	8	8,89
Total	90	100

En termes de taille des entreprises, la catégorie « très petite entreprise » (moins de 10 salariés) prédomine avec 83,33% des entreprises enquêtées. En second lieu, nous retrouvons 8,89% de petites entreprises. Et enfin nous retrouvons 7,77% d'entreprises qui n'ont recruté aucun salarié. Alors qu'en remarque l'absence de la moyenne entreprise.

**Tableau N° 51: Le secteur d'activité de l'entreprise**

Secteur d'activité		Fréquence	Part (%)
Industrielle		1	1,11
Artisanale	Le textile	16	32,22
	Les gâteaux traditionnels	10	
	Production de la céramique	3	
Commerce		21	23,33
Services		38	42,22
Agriculture		1	1,11
Total		90	100

Les femmes entrepreneures enquêtées sont plus actives dans le secteur des services, le taux des femmes interrogées est de (42,22%). Elle vient après le secteur d'artisanat et de Commerce successivement avec le taux 32,22% et 23,33%, les femmes entrepreneures sont présentes dans d'autres secteur qui est l'industrie et l'agriculture mais avec des taux très faible 1,11%. Donc on peut dire que les femmes activent dans les secteurs traditionnellement féminins.

### CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA WILAYA DE BEJAIA

**Tableau N° 52:** Le chiffre d'affaires annuel des entreprises enquêtées

Montant	Fréquence	Part (%)
Moins de 500.000,00 DA	45	50
500.000,00 -1 000.000,00 DA	14	15,56
1 000.000,00 – 2 000.000,00 DA	9	10
Plus 2 000.000,00DA	5	5,55
Inconnue	17	18,89
Total	90	100

La moitié des femmes entrepreneurs réalisent un chiffre d'affaires annuel de moins de 500.000,00 DA. 15,56% des femmes entrepreneurs effectuent un chiffre d'affaires allant de 500.000,00 à 1 000.000,00 DA.

Concernant les femmes réalisant un chiffres d'affaires allant de 1 000 000,00 DA à 2 000.000,00 DA ou plus représentent 15,55% de l'échantillon.

Les femmes n'ayant pas déclaré leur chiffres d'affaires annuels sont au nombre de 17 avec un taux de 18,89%.

### Conclusion

Pour conclure se chapitre, il est nécessaire de rappeler que notre objectifs est de voire la dynamique entrepreneurial dans la wilaya de Bejaia, et les caractéristiques des femmes entrepreneurs enquêter et de leur entreprise.

A partir des données statistiques de la direction des PME et de la DPAT de Bejaia, le pourcentage de l'activité entrepreneurial féminine par apport a la population féminine totale et très faible qui est 0,25% presque inexistant ou 1152 PME parmi 458 048 de population féminin.

A partir de notre enquête, nous avons dégagé quelque élément ayant trait. Premièrement sur le plan personnel, il ya lieu de noter que plus de la moities des femmes de l'échantillon ont créé leur entreprise entre 36 et 45 ans, souvent après avoires terminé leurs études et avoires acquis une expérience. 42,22% des femmes enquêter elles un diplôme universitaire .ainsi que pour la situation familial, La grande partie des femmes entrepreneures interrogées sont mariées elles sont indiquées par un pourcentage très élevé (65,56%) de l'échantillon.et 70% avec enfants. Qui concerne les caractéristiques de leurs entreprise, 91% la taille de l'entreprise sont très petite entreprise TPE, elles sont exercer au premier lieu l'activité de services avec un taux de 42,22% ensuit l'artisanat avec un taux de 32,22%, tout simplement sont des secteurs féminin.

## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

### Introduction

Ce présent chapitre à pour objectif d'analyser les données recueillies par le moyen du questionnaire et de vérifier les hypothèses de recherche. Dans la première section nous avons essayé de voir les projets de création des entreprise et les obstacles rencontrés, ensuite les motivations, objectifs et les valeurs phares des entreprise créées par les femmes entrepreneures enfin statut et rôle des femmes entrepreneures.

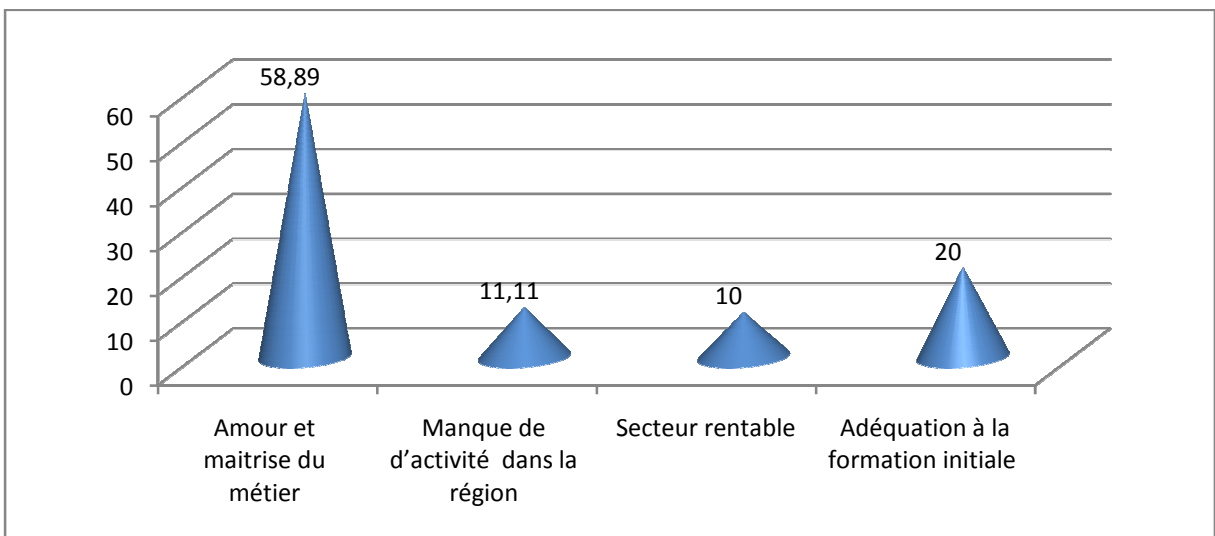
### SECTION 1 : Les projets de création des entreprises et les obstacles rencontrés

Les tableaux suivants représentent : Aide et source de financement initial, les problèmes de création des entreprises, les valeurs phares de l'entreprise et les objectifs qui en fixé à l'avenir.

**Tableau N° 53:** raison d'investissement dans le créneau choisi

Reponse	Fréquence	Part (%)
Amour et maitrise du métier	53	58,89
Manque d'activité dans la région	10	11,11
Secteur rentable	9	10
Adéquation à la formation initiale	18	20
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

La plupart des femmes ont choisies d'investir dans ce créneau d'activité en raison de leur attachement affectif et de leur maitrise du métier, ou tout simplement parce qu'elles ont effectué une formation dans ce domaine.



**Figure n°10 :** raison d'investissement dans le créneau choisi

## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

### 1.1) Sources de financement au démarrage de l'activité

Les sources principales de financement des femmes entrepreneures au démarrage de leur entreprise sont présentées dans le tableau suivant :

**Tableau n°54 :** bénéficie d'aide lors la création de l'entreprise

Type de réponse	Fréquence	Part (%)
Oui	84	93,33
Non	6	6,67
Total	90	100

**Tableau n°55 :** la nature de l'aide

Type de réponse	Fréquence	Part (%)
Financière	46	51,11
Etablissement locale	8	8,89
Financier et établissement locale	20	22,22
Le matériel et équipement	10	11,11
Pas d'aide	6	6,67
Total	90	100

Pour les femmes ayant répondu par une réponse positive, elles ont reçu des aides de différentes natures : financière avec un taux de 51,11%, financier et établissement local avec un taux de 22,22%, le matériel et équipement avec un taux de 11,11% et enfin établissement local ne représente que 8,88%.

Les femmes n'ayant pas reçu d'aide sont en nombre insignifiant qui est de 6 femmes.

**Tableau n° 56:** source de financement des projets

Type de réponse	Fréquence	Part (%)
Epargne personnelle	22	24,44
Aide familiale	6	6,67
Emprunt bancaire	10	11,11
Epargne personnelle et aide familiale	28	31,11
Emprunt des amies	4	4,44
Etatique	20	22,22
Totale	90	100

Les sources principales de financement des femmes entrepreneures au démarrage de leur entreprise sont d'une part l'épargne personnelle et les aides familiales avec un taux 31,11%. Parmi les femmes indépendantes ayant eu recours à un emprunt bancaire, seules 11,11% (soit

## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

10 sur 90) qui peut être traduit par la difficulté d'obtenir des crédits en raison de manque des garanties de la part de l'établissement débiteurs.

D'ailleurs les dix enquêtées qui ont obtenu des prêts bancaires ont précisé qu'elles ont eu gain de cause après avoir présenter les biens de l'entreprise comme garanties personnelles. Ce qui conduit à considérer les banques comme moyen financière d'accompagnement et non pas de création des entreprises.

### 1.2) Obstacles rencontrés lors du démarrage de l'activité

L'un des objectifs de cette recherche était clairement d'identifier les facteurs perçus par les femmes entrepreneures comme des obstacles à la création d'entreprise.

A la question de savoir si les femmes entrepreneures ont rencontré des problèmes dans la construction de leurs projets, la plupart d'entre elles ont répondu "qu'il n'ya de projet d'entreprise sans qu'il y'ait de problèmes, c'est inévitable" .c'est ce qui ressort des données du des tableaux suivant :

**Tableau N°57 : Obstacles lors de la création de l'entreprise**

Type de réponse	Fréquence	Part (%)
Oui	71	78,88
Non	19	22,22
Total	90	100

**Tableau N° 58 : Les principaux obstacles rencontrés à la création de l'entreprise<sup>1</sup>**

Type d'obstacles	Fréquence	Part (%)
Financier	69	76,66
Du local	32	35,55
Administratif	17	18,88
Gestion du temps	7	7,77

Problèmes rencontrés lors du démarrage / de la reprise de l'entreprise). Une typologie à deux types qui les problèmes techniques qui sont financière et locaux, Les femmes ayant rencontré des problèmes financier avec un taux de 76,66% ;

Les femmes qui ont rencontré des freins de localisation avec un taux de 35,55% ;

Les femmes ayant rencontré des freins administratifs avec un taux de 18,88% ;

Les femmes qui ont rencontré des freins en relation avec la « gestion du temps » avec un taux de 7,77% ;

<sup>1</sup> - Notion que le total des répondant dépasse largement l'échantillon étudié du que certains ont cité plus d'un problème au même temps.

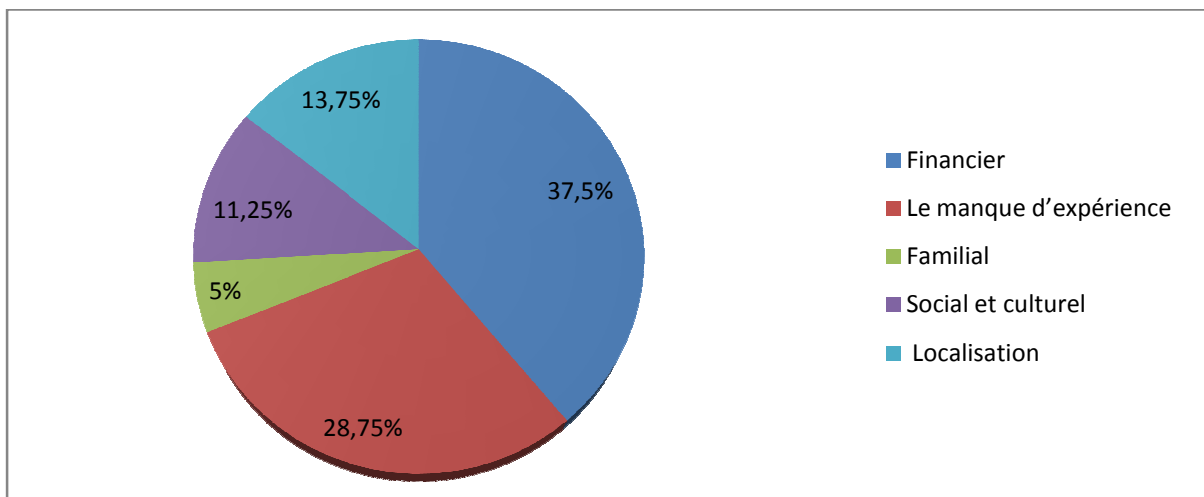


## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

**Tableau N°59 :** Les principaux obstacles rencontrés après la création de l'entreprise

Obstacles	Fréquence	Part (%)
Financier	46	37,5
Le manque d'expérience	23	28,75
Familial	4	5
Social et culturel	9	11,25
Localisation	22	13,75

Même après la création de l'entreprise, le type de risque le plus rencontré est de nature financière ou de localisation qui constitue une entrave pour la survie de l'entreprise du fait du changement du lieu d'implantation et du local qui est généralement sous location. C'est le problème crucial qui perturbe la stabilité de l'entreprise et freine la fidélisation de la clientèle. Survient après le manque d'expérience avec un taux 28,75% ; qui touche les problèmes Social et culturel, Familial ne représente que 11,25% et 5% respectivement.



**Figure n°11 :** Les principaux obstacles rencontrés après la création de l'entreprise

### SECTION 2 : Motivations, objectif et valeurs phares

#### 2.1) Motivations des femmes entrepreneures à démarrer leur propre activité

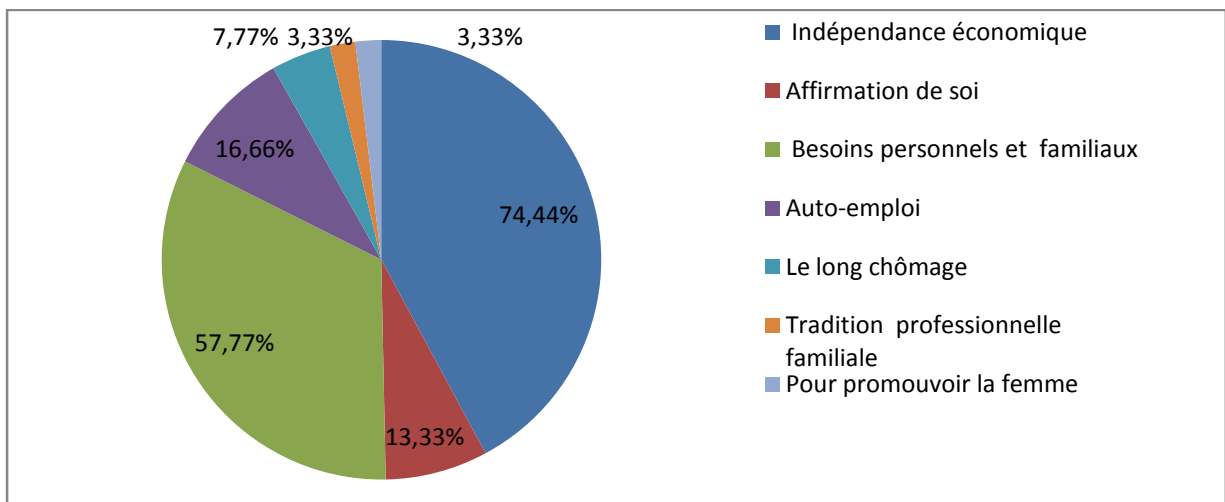
Au-delà de la description des motivations des femmes entrepreneures, il est intéressant de voir si les femmes entrepreneures ont des caractéristiques différentes selon le type de facteurs qui les ont poussées à démarrer leur activité.

## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

**Tableau N° 60:** Motivations à être « entrepreneure »

Motivations	Fréquence	Part (%)
Indépendance économique	67	74,44
Affirmation de soi	12	13,33
Besoins personnels et familiaux	52	57,77
Auto-emploi	29	16,66
Le long chômage	7	7,77
Tradition professionnelle familiale	3	3,33
Pour promouvoir la femme	3	3,33

Les principales motivations et finalités des femmes d'être entrepreneurs sont la volonté d'être l'indépendance économique, Il est suivi de près par le besoin d'accomplissement personnels et familiaux ainsi que la création de leur propre emploi régulièrement avec un taux (74,44% ; 57,77% ; 16,66%). Il existe aussi d'autres motivations mais avec un taux faible comme Affirmation de soi en tant que femme capable et responsable, le long chômage, Tradition professionnelle familiale et pour promouvoir la femme successivement avec un taux (13,33% ; 7,77% et 3,33%)



**Figure n° 12:** les motivations des femmes entrepreneurs

### 2.2) Objectifs des femmes entrepreneurs

Pour clôturer le profil des entreprises, nous allons nous pencher sur les objectifs que les femmes indépendantes se fixent pour leur entreprise.

## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

**Tableau N°61 :** Objectifs fixés pour l’entreprise à l’avenir

Objectifs	Fréquence	Part (%)
Elargir la taille de l'entreprise	59	65,55
Augmentation du chiffre d'affaires	50	55,55
Augmentation de la satisfaction des clients	30	33,33
Avoir local personnelle	29	32,22
Diversification de l’offre	22	24,44
La stabilité et réputation	21	23,33

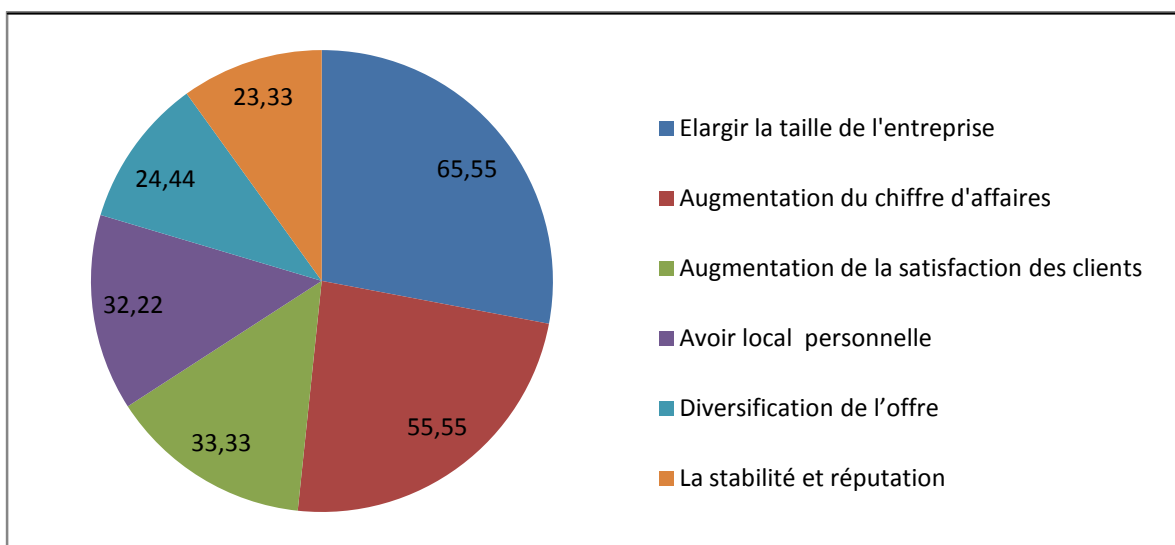
La plupart des femmes de notre échantillon citent comme objectifs principaux pour leurs entreprises :

Elargir la taille de l'entreprise (59 femmes sur 90 le considèrent comme un objectif majeur, soient (65,55%)

Et la croissance du chiffre d'affaires (50 femmes sur 90 le citent comme un objectif principal pour leur entreprise).

Et d’autres objectifs comme Augmentation de la satisfaction des clients et avoir un local personnel respectivement avec un taux (33,33% ; 32,22%) enfin la diversification de l’offre, la stabilité et réputation son respectivement avec un taux de (24,44% ; 23,33%).

Il est à noter que la réputation qui les préoccupent a un double sens : *Un sens moral* dans la mesure ou elle est regardée et jugée de “ femme de bonne famille », et *un sens économique* dans la mesure ou elle cherche à se faire connaitre son entreprise sur le marché. Mais les deux sens se complètent dans la réalité.



**Figure n°13:** Objectifs fixés pour l’entreprise à l’avenir

## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

### 2.3) Les valeurs phares de l'entreprise :

Peut-on parler de rationalité économique et de caractère professionnel concernant les entreprises créées par les femmes ? Ou s'agit-il d'une simple occupation dont les seules valeurs sont celles du milieu familial dans le quel elle en fermée ?

**Tableau N° 62:** Types de relations avec les salariés

Type de relation		Fréquence	Part (%)
Professionnelles		55	61,11
Autres	Familiales	11	12,22
	Voisinage	2	2,22
	Amicales	7	7,77
	Familiales et Amicales	15	16,67
Total		90	100

La relation des femmes avec leurs salariés est une relation professionnelle en premier ordre. Cela explique qu'elles cherchent à gérer au mieux leurs entreprises en embauchant des professionnels ayant des connaissances et un savoir faire dans le domaine de travail loin de toute considération familiale ou amicale.

**Tableau N° 63 :** valeurs phares de l'entreprise

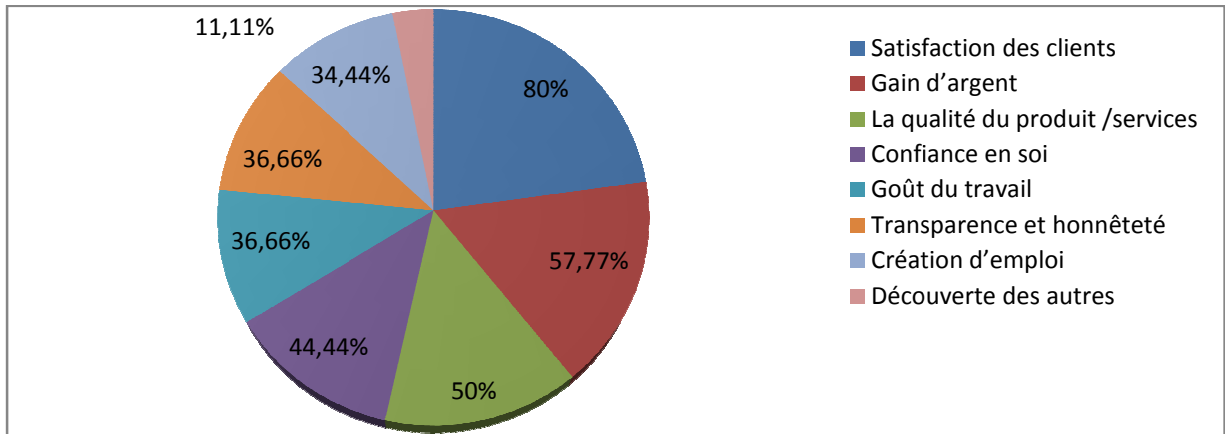
Valeurs phares	Fréquence	Part (%)
Satisfaction des clients	72	80
Gain d'argent	52	57,77
La qualité du produit /services	45	50
Confiance en soi	40	44,44
Goût du travail	33	36,66
Transparence et honnêteté	33	36,66
Création d'emploi	31	34,44
Découverte des autres	10	11,11

Ce tableau, montrent que la satisfaction des clients vient en premier lieu pour 80% des répondantes, qui s'appuient sur la qualité du produit ou du service offert (50%).

Le gain d'argent été à la deuxième position qui présente 57,77%.

D'autres valeurs comme la confiance en soi, le goût du travail et transparence et honnêteté sont respectivement à 44,44 % et 36,66%, création d'emploi avec 34,44% et en dernier lieu, nous retrouvons 11,11% des femmes entrepreneurs qui découvertes des autres personnalités des femmes.

## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.



**Figure n°14 :** les valeurs phares des entreprises enquêtées

Y'a-t-il des différences de motivations et d'objectifs entre deux générations des femmes entrepreneurs : celles qui ont créé leurs entreprises avant 2000 et celles qui les ont créées après 2000 ? En d'autres termes : Est-ce que la variation de temps est synonyme d'une variation des motivations et des objectifs ?

**Tableau n°64 :** objectifs et motivations de création des entreprises en fonction de la période

Année Variables .Ind	Avant 2000	Après 2000
Les motivations	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Indépendance économique</li> <li>-Besoin personnel et familiale</li> <li>-Le long chômage</li> <li>-Tradition professionnel familiale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Indépendance économique</li> <li>-Besoin personnel et familiale</li> <li>-Le long chômage</li> <li>-Affirmation de soi</li> <li>-Tradition professionnel familiale</li> <li>-Pour promouvoir la Femme</li> </ul>
Les objectifs	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elargir la taille de l'entreprise</li> <li>-Satisfaction des clients</li> <li>-Augmentation du chiffre d'affaire</li> <li>-Avoir local personnel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elargir la taille de l'entreprise</li> <li>-Satisfaction des clients</li> <li>-Augmentation du chiffre d'affaire</li> <li>-Diversification de l'offre</li> <li>-Avoir local personnel</li> <li>-La stabilité et réputation</li> </ul>

Selon ce tableau qualitatif nous pouvons dire que les motivations et les objectifs de création des entreprises se sont multipliés et diversifiés durant les années 2000 avec une tendance plus prononcée pour l'affirmation et la promotion du statut et du rôle

## **CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.**

---

Socio-économique de la femme. Pour les valeurs phares de l'entreprise il ya aucune relation avec l'année de création. Les valeurs phares son change par apport a le secteur d'activité.

### **SECTION 3 : Le statut et le rôle de la femme entrepreneure :**

Dans cette partie nous permet de clarifier le dernier axe de questionnaire à savoir les réponses des femmes enquêtée; malgré le taux des réponses a cette axe et faible 39%, ou bien 35 femmes parmi 90. Il compose de sept questions

#### **3.1) Conseil en cas des problèmes dans le fonctionnement de l'entreprise**

La majorité des femmes mariées, ont répondu que c'est à leur conjoint qu'elles demandent conseil lors d'un problème au sein de l'entreprise, tandis que celles qui sont célibataire, elles se réfèrent à leurs familles (parent, frères et /ou sœurs) pour la résolution des problèmes rencontrés. A partir de là, on peut dire que la famille joue un rôle très important dans la gestion de l'entreprise même dans les cas où ses membres ne font pas partie du personnel de l'entreprise.

Autrement dit, il ya interférence entre la vie professionnelle et la vie familiale de sorte que l'une se prolonge dans l'autre sans qu'il ait de rupture totale.

#### **3.2) Les secteurs spécifiques de la femme**

D'après les femmes enquêtées la plupart répondent que les meilleurs secteurs pour les femmes sont : la santé, l'enseignement, la couture et l'artisanat ...etc. Qui sont des secteurs qui permettent et qui facilitent la conciliation entre les fonctions entrepreneuriale et les responsabilités familiales.

Juste quelque une 11 femme considèrent qu'il n'ya pas de secteurs féminins et de secteurs masculins car tout dépend de la volonté des un et des autres et surtout de leurs formations. Du moment qu'une femme est formée dans un domaine, elle réussit en rajoutant de la volonté, même s'il s'agit d'un domaine considéré jusque là spécifique au genre masculin.

### **3.3) le rôle des femmes entrepreneures dans le développement local**

Les femmes entrepreneures jouent aujourd'hui un rôle important dans le développement local en tant que assistantes à l'augmentation du revenu familial, en tant que créatrices d'emplois indépendants, formatrices d'autres femmes.

#### **3.3.1) Le rôle économique :**

- Créées de la richesse ;
- Assurer un revenu ;
- Elle participe au développement local ;
- Créatrices d'emplois indépendants ;

Beaucoup des femmes entrepreneurs initient de petites activités de survie notamment dans le plusieurs domaine. Ainsi créent-elles de l'emploi pour elles-mêmes et pour d'autres. En effet, sur 90 des femmes enquêtées, il ya 7 femmes qui on pas des salaires, et 83 a un salaires et plus, utilisent les services.

- Formatrices des autres femmes :

On sait de nos jours que l'amélioration du niveau de la formation est l'une des conditions d'un passage progressif de l'économie de subsistance ou développement économique. Les femmes, en plus des activités de production et de commercialisation des produits (Artisanale) comme les pâtisseries, le textile, la céramique...etc. s'occupent aussi de la formation pratique des autres femmes .par sa présence, elle représente un modèle en plus de savoir faire qu'elle transmet aux jeunes filles qu'elle emploi ou qu'elle forme.

#### **3.3.2) Le rôle social**

- Moderniser son rôle de mère ;
- Sensible à l'amélioration de mode de vie et de l'environnement ;
- Améliorer le revenu familial et apporter un confort dans la vie ;

On peut maintenant affirmer sans crainte de se tromper que les femmes entrepreneurs trouvent les revenus additionnels dont elles ont cruellement besoin pour améliorer les conditions de vie de leurs enfants et de leurs familles. En effet, la conjoncture actuelle ne

## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

---

permet pas de compter uniquement sur le revenu procuré par un emploi rémunéré dans le secteur formel de l'économie. Ces femmes contribuent de manière sensible à augmenter le revenu familial, c'est une quote-part non négligeable tel que montré plus haut.

Autrement dit, les femmes entrepreneurs ne peuvent séparer entièrement leurs vies professionnelles de leurs vies familiales. Les deux vies se recourent dans le sens où elles portent une double responsabilité : familiale et entrepreneuriale.

### 3.4) les caractéristiques des femmes entrepreneurs

À leur avis, les femmes travaillent autrement et ont des caractéristiques qui les démarquent des hommes. Voici les caractéristiques qu'ils attribuent aux femmes entrepreneurs : Les femmes entrepreneurs interrogées ont porté deux types de jugements :

**Les jugements positifs :** s'étalent sur les valeurs morales qui caractérisent les femmes par rapport aux hommes, à savoir : la prudence avant de se lancer dans un projet, la patience dans l'attente des résultats, la persévérance dans le travail, elles sont plus à l'écoute de leurs salariés.

**Quant aux jugements négatifs,** ils se rapportent plutôt aux entraves freinent leur progression dans l'exercice du métier et l'acquisition des compétences de gestion des affaires à savoir les difficultés de conciliations entre la vie professionnelle et la vie familiale, le manque de liberté en comparaison à l'homme qui en bénéficie pleinement. C'est-à-dire la liberté d'action dans le temps (le temps de la femme est limité à la lumière du jour) et dans les lieux (les lieux sont souvent fermés et les espaces de déplacements et de circulations de la femme sont limités).

C'est ce qui explique, selon elles, leur manque apparent d'expériences et de compétences dans la gestion des entreprises.

### 3.5) les propositions d'amélioration du statut et du rôle de la femme entrepreneure en Algérie ?

Les mesures proposées par les femmes entrepreneurs enquêtées pour améliorer le statut et le rôle de la femme entrepreneure :



## CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.

---

- Faciliter la tâche aux femmes entrepreneurs en tant que créatrices d'emplois et l'amélioration des structures d'accompagnement et prise en charge des tâches domestiques qui se rapportent particulièrement à l'éducation des enfants ( crèche, garderies, nourrice, soins à domicile...).
- Faciliter l'accès au financement, élargir les sources de financement, sensibiliser les organismes prêteurs à être plus ouverts en adaptant leurs services aux réalités des femmes entrepreneurs ceci nécessite de renforcer le rôle des établissements financiers (banques) en moyens stimulant la création d'entreprise de petite et très petite taille au lieu de se limiter au rôle d'accompagnement (A posteriori) ;
- Promouvoir et diversifier les formations professionnelles destinées aux femmes afin de faciliter leur insertion dans le monde professionnel.
- Améliorer le regard de la société à l'égard des femmes entrepreneurs en particulier et des femmes qui exercent un métier ou un travail salarié en générale. Ceci conduit à améliorer leur statut de femme reproductrice, soumise, dépendante, passive et obéissante à celui de femmes actrice (active), créatrice, productrice et indépendante.
- Multiplier l'organisation de rencontres, expositions et des journées portes ouvertes sur le monde professionnel et productif de la femme afin de la mettre en contact direct avec le marché et les usagers, consolider du même coup ses liens avec le monde extérieur et renforcer ses acquis en connaissances et en expériences.
- Séparer la vie privée de la vie professionnelle en évitant à tout prix de recevoir des visites familiales et amicales sur le lieu de travail pour se consacrer pleinement aux affaires de l'entreprise.

### Conclusion

Pour conclure on peut dire que ce qui pousse la femme à créer leur propre entreprise sont résumés dans les points suivants :

Les principales motivations des femmes enquêtées pour être entrepreneure c'est l'Indépendance économique et l'accomplissement de soi se qui permet de valider notre hypothèses de travail.

Le financement initial est principalement traduit par l'épargne personnelle et familiale de ces entrepreneures.

## **CHAPITRE 4: MOTIVATION, OBJECTIF, STATUT ET ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES.**

---

Les freins souvent rencontrés sont au niveau financier, du local et de la gestion du temps.

Les valeurs phares de ces entreprises sont principalement la satisfaction des clients, la qualité de produit ou de services et la confiance. Et leurs objectifs sont traduits en premier lieu par l'augmentation de la taille de leurs entreprises, l'augmentation du chiffre d'affaire ainsi que la satisfaction des clients et la réputation de l'entreprise.

### Conclusion générale

En conclusion, nous pouvons dire qu'à partir de cette étude, nous avons essayé de s'intéresser au thème de l'entrepreneuriat féminin, notamment dans la wilaya de Bejaia. Le travail d'investigation mené par le moyen du questionnaire sur le terrain auprès de 90 femmes entrepreneurs, nous a permis de constituer des éléments de réponse à la question de départ et de vérifier les deux hypothèses émises.

De manière générale, il ressort des résultats obtenus que l'entrepreneuriat féminin a des caractéristiques propres qui relèvent de la nature de beaucoup d'activités considérées traditionnellement féminines (la coiffure, la couture, les gâteaux traditionnelles, la céramique...), et consolidées par les offres des formations destinées spécifiquement aux femmes dans les centres de formation professionnelle publics et privés...

Mais qui caractérise les projets de création d'entreprise est surtout leur dimension qui se limite à la TPE et dans les rares cas, cette dimension accède à la petite entreprise. Donc on ne peut parler d'une organisation complexe qui dépasse en termes de marché le cadre local.

De plus, le cadre familial est très apparent dans la gestion de l'entreprise puisque les femmes entrepreneurs interrogées demandent dans la plupart des cas conseil et aide à l'un des membres de leurs familles (le conjoint pour les mariées et les parents pour les célibataires).

Ceci est confirmé par la proximité de l'activité professionnelle des conjoints de celles qui sont mariées puisque 42/66 sont des commerçants et chefs d'entreprises, avec en plus 2 cas qui sont engagés que en tant que salariés. Autrement dit, il y a une proximité professionnelle qui complète la proximité familiale et vis versa.

Les motivations évoquées par les femmes étudiées concernant la création de leurs entreprises ont deux orientations différentes :

- Personnelle : Indépendance économique, Auto-emploi, Affirmation de soi
- Familiale (vers la famille) : Aider la famille à subvenir à ses besoins et entretenir une certaine tradition entrepreneuriale et familiale

Concernant les objectifs assignés au projet de création de l'entreprise, elles ont évoqué en premier lieu des objectifs à caractère économique comme l'extension de la taille de l'entreprise, l'accroissement du chiffre d'affaires. Ceci passe selon leur propre raisonnement

par la diversification de l'offre de services, la satisfaction des clients et asseoir une bonne réputation sur le marché. Pour beaucoup d'entre elles la réalisation de ces objectifs est tributaire de la stabilité de l'entreprise, qui est elle-même tributaire de l'acquisition d'un local personnelle adéquat qui constitue le problème crucial du développement de l'entreprise.

La plupart des femmes entrepreneures enquêtées rencontrent des obstacles dans le processus de création de leur entreprise, qui sont principalement liés au manque de liquidité (finances), local ou établissement, la gestion du temps ainsi que les problèmes lentes bureaucratiques. Ces problèmes persistent encore au démarrage après la création, puisque elles ont évoqué les problèmes financiers, l'instabilité liés au changement de local et à la difficulté d'aménagement du temps (le temps de vie professionnelle, le temps de vie familiale, le temps du libre de récupération...).

Afin de sortir de cette situation et de permettre aux femmes entrepreneures d'améliorer leur statut et leur rôle, il est nécessaire selon les propositions qui ressortent de leurs réponses sont les suivantes :

- 1° - Faciliter l'accès au financement, élargir les sources de financement.
- 2° - Promouvoir et diversifier les formations professionnelles destinées aux femmes afin de faciliter leur insertion dans le monde professionnel.
- 3° - Multiplier l'organisation de rencontres, expositions et des journées portes ouvertes sur le monde professionnel et productif de la femme afin de la mettre en contact direct avec le marché et les usagers, consolider du même coup ses liens avec le monde extérieur et renforcer ses acquis en connaissances et en expériences.
- 4° - Séparer la vie privée de la vie professionnelle.
- 5° - Améliorer le regard de la société à l'égard des femmes entrepreneurs en particulier et des femmes qui exercent un métier ou un travail salarié en générale

En conclusion, on peut dire que ces femmes entrepreneures occupent le statut de chefs dirigeantes ou gérantes et jouent le rôle de créatrices de richesses et d'emplois, ce qui est complètement à l'inverse du statut et du rôle traditionnels de la femme. Ce qui présage d'un changement à moyen et à long termes du marché de travail, des mentalités et de l'organisation du travail en entreprise, même si les charges domestiques de la vie familiale continuent aujourd'hui à peser de leur poids et à freiner l'évolution de leurs vies professionnelles.

# Bibliographie

## Les ouvrages :

- ✓ ABEDOU A, Bouyacoub A, Lallement M et Madoui M. « Entrepreneurs et PME : Approches algéro-françaises ». L'Harmattan, France, 2004.
- ✓ CASSON Mark. « L'entrepreneur » ECONOMICA, Paris, 1991.
- ✓ Drucker, Les entrepreneurs, L'expansion/Hachette, 1985.
- ✓ E-M. Hernandez, « Le processus entrepreneurial, vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat », Paris, L'Harmattan, 1999.
- ✓ FAYOLLE Alain. « Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre ». DUNOD, Paris, 2004.
- ✓ FAYOLLE Alain. « Introduction à l'entrepreneuriat ». DUNOD, Paris, 2005
- ✓ JULIEN Pierre-André et MARCHESNAY Michel. « L'Entrepreneuriat ». ECONOMICA, Paris, 1996.
- ✓ MARCHESNAY Michel, TORRES Olivier. « PME : De Nouvelles Approches ». ECONOMICA, paris, 1998.
- ✓ OLIVIER TORRES : « LES PME ». Ed. Flammarion. 1999.
- ✓ SAPORTA Bertrand, VERSTRAETE Thierry. « Entrepreneuriat : Connaître l'entrepreneur, Comprendre ses actes ». Collection Economie et innovation dirigée par Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis, L'Harmattan, Paris, 1999.
- ✓ Verstraete Th. « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Edition (Ems) Management et société ,2000.

## Les dictionnaires :

- ✓ LE MAXIDICO, Dictionnaire encyclopédique de la langue Française, édition de la connaissance, Paris, 1997.
- ✓ BEITON Anain, A .Cazorla, C, Dollo, A-Mary Draï. « Le dictionnaire des sciences économiques » 2<sup>e</sup> éd, ARMAND COLIN. Paris ,2007 .

## Les articles de revues :

- ✓ ALAIN FAYOLLE et Thierry verstraette, paradigmes et entrepreneuriat, revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n°1, 2005, p41
- ✓ ANNE Gillet, « les femmes créatrices de PME en Algérie : motivation, parcours socioprofessionnel et stratégie d'existence » CREAD 2000, p 04.
- ✓ ARASTI Zahra, « *L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles* », in, revue libanaise de gestion et d'économie, vol.1, 2008.
- ✓ ASSALA, PME en Algérie, de la création à la mondialisation, 8 ème CIFEPME, 2006.
- ✓ ASSASSI & Hammouda, Les entrepreneurs algériens, une image statique, Colloque international : créations d'entreprises et territoires, Tam, 2006, p.02
- ✓ BENZOHRRA, (B), « Les structures d'accompagnement et d'appui pour les entrepreneurs : le cas de l'entrepreneuriat en Algérie », Colloque international Entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement, 2005.
- ✓ CANTILLON (1755), cité par O .Toutain, « Entrepreneuriat, territoire et développement économique : une question de configuration ou de dosage ? », cahier de recherche « L'art d'entreprendre » N° 2/10 EM Lyon, 2010, p 02.
- ✓ CHRISTIAN Latouche, Président de FIDUCIAL « L'observatoire de L'entrepreneuriat Féminin », 2006 .p.9.
- ✓ COLOT O, COMBLE K et LDHARI J. « Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat ». Académie universitaire Wallonie, Bruxelles, p. 7.
- ✓ COLOT Olivier « La transmission des PME familiales non cotées : approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». 2007. p. 19.
- ✓ DIVRY Christine, TROUVE Philippe. « PME et innovations ». La documentation française, Paris, 2004, p. 150.
- ✓ BEL Geneviève, « l'entrepreneuriat au féminin » république française avis et rapports du conseil économique, social et environnemental, p.3.
- ✓ HASSAM, *les femmes dans les sphères économiques des zones rurales et urbaines*, in. *Femmes et développement*, éd CRASC, Alger, 1995, p 325.
- ✓ LAMBRECHT Johan et Fabrice PIRNAY « ENTREPRENEURIAT FEMININ EN WALLONIE » Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat Université de Liège Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat EHSAL - K.U. Brussel, Septembre 2003.p.45.

- ✓ MADOUÏ Mohamed. « Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie (un essai de typologie) ». Cahiers du CREAD N°85-86, P50.
- ✓ Nedjadi, Khebbache & Bellataf, L'impact de l'entrepreneuriat sur développement territorial et régional : cas d'El-kseur, Entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement, 2005.
- ✓ SASI Nacer, Eddine, la privatisation des entreprises publiques en Algérie : Objectifs, modalités et enjeux, édition O.P. Universitaire, Alger, 2006. P-P 187-206.
- ✓ TADJINE Thierry Lévy-, TOKATLIOGLU Sibel, ZOUITEN Jihene, *L'entrepreneuse et le temps Entrepreneuriat féminin, Accompagnement et conflits de temporalité dans les contextes français et turcs*, CIFEPME, 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.
- ✓ OCDE « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée » 2<sup>ème</sup> Conférence des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME). . Istanbul (Turquie), 2004. p.29.

## Les thèses et Mémoires

- ✓ ADJOUT Samir « Entrepreneuriat féminin : Etat des lieux et caractéristiques, cas de la Wilaya de Bejaia ». Mémoire de Magister en Science de Gestion, université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2011.
- ✓ BRUYAT Christian. « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation ». Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès France (Grenoble II), France, 1993.
- ✓ CHALAL Ferroudja, « *Les trajectoires personnelles et socio-professionnelles des femmes entrepreneures en Algérie. Le cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia.* », Mémoire de magister en Sociologie. Option : Organisation et travail, université a/mira de Bejaia, 2011.
- ✓ CHEIKH ABDOUL Khadre Manne. « Les modes de gestion des hommes et des femmes entrepreneurs dans les petites et moyennes entreprises (PME) à Dakar ». Mémoire de maitrise, Université cheikh anta diop de Dakar, CRDI, 2008. p. 12-13.

- ✓ OUKACI Moustafa « *Essai de mesure de la contribution de la connaissance à la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia* » Mémoire de Magister, Université de Bejaia, 2010.
- ✓ SAFIAH ABDERHAMANE KOUNTA « Caractéristiques De l'entrepreneurship Féminin Au Mali » mémoire Présenté à l'université du Québec à Chicoutimi comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations, 1997 .p.21.
- ✓ TOUNÉS Azzedine. « L'intention entrepreneuriale : une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE ». Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen, 2003, p.65.

### **Les rapports et documents :**

- ✓ Association des Femmes Chefs d'Entreprises au Maroc (AFEM). « Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb ». Etude N°23, 2010.
- ✓ Bulletin d'information statistique N°20 du ministère de la PME et de l'artisanat, 2011.
- ✓ CHENNOUF Soheil, HAFSI Taieb. « Femmes entrepreneures, Femmes au foyer et Femmes salariées : Le cas de l'Algérie ». HEC, Montréal, 2007. [Réf. Du 1 mai 2001].
- ✓ DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaïa 2011, édition 2012.
- ✓ DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaïa 2012, édition 2013.
- ✓ Kirzner(1973) in M. Dejardin, « l'entrepreneuriat, le territoire et les conditions de leurs dynamiques cumulatives », Colloque « convergences et disparités régionales au sein de l'espace européen », Bruxelles, 2004.

### **Les sites web:**

- ✓ <http://www.letempsdz.com> 2012.
- ✓ <http://www.ansej.org>.
- ✓ [www.femise.org](http://www.femise.org)
- ✓ [www.ons.dz](http://www.ons.dz)
- ✓ [WWW.pme.dz](http://www.pme.dz)
- ✓ <http://www.femmessor.com/files/documents/dm/62/memoire-femmessor-strategie-entrepreneuriat-mdeie-8-f-vrier.pdf>



***ANNEXE : 01***

## ***QUESTIONNAIRE DE RECHERCHE***

Dans le cadre de la réalisation d'une étude sur « **l'entrepreneuriat féminin** » pour l'obtention du diplôme de Master en *Management économique des territoires et entrepreneuriat*, à L'université Abderrahmane MIRA de Bejaïa, nous sollicitons votre contribution en répondant aux questions du présent questionnaire avec précision.

Nous vous assurons d'avance, que les informations que vous nous fournirez, ne seront utilisées que pour des faits scientifiques dans le cadre global et anonyme de la recherche.

***NOUS VOUS REMERCIONS D'AVANCE DE VOTRE RÉPONSE ET  
COOPÉRATION.***

***CHABOUR Nadia***

## I- Identification de la femme- entrepreneur

1) Age

2) Etat matrimonial

	Célibataire	Mariée	Divorcée	Veuve
A la création				
Actuellement				

Si vous êtes mariée quelle est l'activité professionnelle du conjoint ?

.....

3) Nombre d'enfants à charge ?

A la création	
Actuellement	

4) Niveau d'études ?

Non scolarisée	Primaire	Moyen	Secondaire	Universitaire

5) Diplôme(s) obtenu(s) ?.....

.....

6) Activité professionnelle antérieure ?

- Fonctionnaire
- Enseignante
- Cadre dans une entreprise
- Autre

Précisez.....

7) Profession du père ?.....

8) Profession de la mère ?.....

9) Quelles est votre poste ou votre rôle dans l'entreprise ?

.....

.....

**II) Identification de l'entreprise ?**

10) Année de création de votre entreprise ?.....

11) Le siège social de l'entreprise ?.....

12) Activité de l'entreprise ?.....

**13) Nature de l'entreprise ?**

- Individuelle

- Familiale

- En association

**14) Effectif de votre entreprise ?**

- 1-9 salariés

- 10-49 salariés

- 50-250 salariés

14-1) Personnel féminin ?

**15) Quel type de relation avez-vous avec vos salariés ?**

- Familiales

- Voisinage

- Amicales

- Autre

Précisez .....

**16) localisations de l'entreprise ?**

- Chef lieu de Wilaya

- Chef lieu de Daira

- Chef lieu de commune

- La Zone d'activité industrielle

- La Zone d'activité économique

17) Pour quelle raisons avez-vous choisis d'investir dans ce créneau

d'activité ?.....

.....

**18) Votre entreprise s'agit-il d'une ?**

Nouvelle création

Extension d'une ancienne activité

Héritée

Reprise

**précisez l'état de l'entreprise à sa reprise :**

- en bonne santé

- en difficulté

**19) Estimation de chiffre d'affaires annuel ?**

- (-) De 500.000 DA

- 500.000 – 1000.000DA

- 1000.000 – 2000.000DA

- (+) De 2000.000

**III) Processus et obstacles de création de l'entreprise**

**20) Comment avez vous eu l'idée de crée votre entreprise ?**

.....

**21) Comment vous avez procédé pour lancer votre projet ?**

.....

.....

**22) Avez-vous bénéficié d'une aide lors de la création de l'entreprise ?**

Oui

Non

**22-1) Si "oui" quelle est sa nature ?**

- Financière

- Etablissement locale

- Relationnelle

- Autre

Précisez ;.....

**23) De la part de qui ?**

- Service de l'Etat (ANSEJ et Autrs)
- Agence bancaire
- Familiale
- Autre

Précisez ;.....

**24) Si vous avez bénéficié d'une aide bancaire, quelle garantie avez –vous donnée ?**

- Garanties personnelles
- Caution du conjoint
- Caution des parents
- Caution d'un ami(e), d'un associé(e)
- Autre

Précisez.....

**25) Avez-vous rencontré des obstacles lors de la création de votre entreprise ?**

**Oui**

**Non**

**Si "oui ", préciser leur nature ?**.....

.....

**VI) Motivations et objectifs de la création de l'entreprise ?**

**26) Quelles sont les principales motivations qui vous ont conduit à créer l'entreprise ?**.....

.....

**27) Quels sont les objectifs avez-vous fixés pour votre entreprise à l'avenir ?**

.....

.....

**28) Quelles sont les valeurs- phares de votre entreprise ?**

.....

.....

.....

**29) Quel est le champ d'activité de votre entreprise ?**

- Communal
- Wilaya
- Régional
- National

**V) Statut et rôle de la femme entrepreneur ?**

**30) A qui demandez-vous généralement conseil quand vous rencontrer des problèmes dans le fonctionnement de votre entreprise ?**

- Concernant les problèmes internes

.....

- Concernant les problèmes externes

.....

**31) Qui s'occupe généralement de la comptabilité de votre entreprise ?**

.....

**32) Comment jugez-vous vos relations avec :**

Les salariés (hommes) :.....

Les salariés (femmes) :.....

Les Fournisseurs :.....

Les clients :.....

**33) Comment jugez-vous votre statut de femme dans votre famille ?**

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

**34) Quels sont les secteurs où la femme peut mieux réussir ? (justifier) :**

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

**35) A votre avis, quel est le rôle des femmes entrepreneures dans le développement local :**

**Le rôle économique :**

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

**Le rôle social :**

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

**36) Qu'est ce qui caractérise la femme entrepreneur par rapport à l'homme ?**

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

**37) Quelles sont les mesures à prendre pour améliorer le statut et le rôle des femmes entrepreneurs en Algérie ?**

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

***NOUS VOUS REMERCIONS D'AVANCE DE VOTRE RÉPONSE ET COOPÉRATION.***

Annexes 02: la répartition de la population artisanale par commune au 31/12/2012.

COMMUNES	NOMBRE	EMPLOIS
BEJAIA	2382	5308
AMIZOUR	398	893
FERAOUN	137	306
TAOURIRT IGHIL	43	107
CHELLATA	62	150
TAMOKRA	23	99
TIMEZRITH	323	1516
SOUK EL TENINE	169	378
M' CISNA	45	108
THINBDAR	30	70
TICHY	181	378
SMAOUN	124	274
KENDIRA	51	128
TIFRA	51	120
IGHRAM	88	199
AMALOU	93	216
IGHIL ALI	106	303
IFLAIN ILMATHEN	60	134
TOUDJA	89	194
DARGUINA	79	168
SIDI AYAD	52	105
AOKAS	198	457
BENI DJELLIL	67	148
ADEKAR	99	231
AKBOU	805	1755
SEDDOUK	312	707
TAZMALT	529	1355
AIT R'ZINE	178	467
CHEMINI	141	299
SOUK OUFELA	117	267
TASKRIOUT	139	328
TIBANE	46	114
TALA HAMZA	140	312
BARBACHA	189	413
BENI KSILA	36	73
OUZELAGUENE	407	929
BOUHAMZA	41	91
BENI MLIKECHE	77	183
SIDI AICH	248	541
EL KSEUR	405	895
MELBOU	100	216
AKFADOU	73	163
LEFLAY	74	167
KHERRATA	320	744
DRAA KAID	144	310
TAMRIJT	24	53
AIT SMAIL	157	456
BOUKLIFA	58	120
TIZI N'BERBER	36	76
BENI MAOUCHE	195	509
OUED GHIR	195	428
BOUDJELIL	193	404
Total	10045	

Source : chambre d'artisanat et des métiers, Bejaia 2012.



Annexes 03: La répartition des PME féminin par commune au 31/12/2012.

COMMUNES	Nombre	Pop. Fém.
BEJAIA	<b>432</b>	89 724
AMIZOUR	43	18 714
FERAOUN	--	7 829
TAOURIRT IGHIL	--	3 406
CHELLATA	<b>3</b>	4 934
TAMOKRA	1	1 980
TIMEZRITH	42	12 658
SOUK EL TENINE	36	6 950
M' CISNA	5	4 029
THINBDAR	3	2 826
TICHY	23	8 236
SMAOUN	11	6 840
KENDIRA	3	2 733
TIFRA	--	4 166
IGHRAM	3	6 359
AMALOU	4	4 311
IGHIL ALI	3	4 837
IFLAIN ILMATHEN	4	5 858
TOUDJA	4	4 899
DARGUINA	8	7 062
SIDI AYAD	1	2 621
AOKAS	45	8 088
BENI DJELLIL	1	3 941
ADEKAR	3	6 677
AKBOU	<b>119</b>	27 003
SEDDOUK	<b>21</b>	10 376
TAZMALT	<b>53</b>	14 682
AIT R'ZINE	--	7 356
CHEMINI	<b>13</b>	7 680
SOUK OUFELA	<b>9</b>	4 379
TASKRIOUT	<b>8</b>	8 139
TIBANE	<b>3</b>	2 560
TALA HAMZA	8	5 751
BARBACHA	<b>4</b>	8 545
BENI KSILA	--	2 204
OUZELAGUENE	34	11 415
BOUHAMZA	2	4 484
BENI MLIKECHE	--	4 329
SIDI AICH	<b>51</b>	6 844
EL KSEUR	<b>56</b>	14 790
MELBOU	--	5 798
AKFADOU	<b>1</b>	3 661
LEFLAY	<b>4</b>	3 232
KHERRATA	51	17 539
DRAA KAID	5	14 617
TAMRIJT	4	4 279
AIT SMAIL	3	5 903
BOUKLIFA	1	4 305
TIZI N'BERBER	5	6 356
BENI MAUCHE	6	6 760
OUED GHIR	9	9 577
BOUDJELILE	7	5 805
Total	1152	458 048

Source : Direction des PME et de la DPAT de Bejaia 2012.

**ANNEXE 04: Répartition de la population par communes et sexe à fin de l'année 2012**

COMMUNE	MASCULIN	FEMININ	TOTAL
BEJAIA	93263	90291	183554
OUED-GHIR	10314	9638	19951
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>103576</b>	<b>99929</b>	<b>203505</b>
AMIZOUR	19904	18832	38736
FERAOUN	8089	7878	15967
SEMAOUN	7159	6883	14042
B. DJELLIL	4074	3966	8039
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>39224</b>	<b>37560</b>	<b>76784</b>
TIMEZRIT	13922	12738	26660
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>13922</b>	<b>12738</b>	<b>26660</b>
S. EL-TENINE	7491	6994	14485
MELBOU	5918	5835	11753
TAMRIDJET	4370	4306	8676
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>17780</b>	<b>17135</b>	<b>34914</b>
TICHY	8774	8288	17062
TALA-HAMZA	6253	5787	12041
BOUKHLIFA	4709	4332	9041
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>19736</b>	<b>18408</b>	<b>38144</b>
IGHIL-ALI	4957	4868	9825
AIT-R'ZINE	7616	7402	15018
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>12573</b>	<b>12270</b>	<b>24843</b>
DARGUINA	7480	7107	14587
TASKRIOUT	8456	8190	16647
AIT-SMAIL	6211	5940	12151
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>22147</b>	<b>21237</b>	<b>43384</b>
AOKAS	8350	8139	16490
T. N'BERBER	6623	6396	13019
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>14973</b>	<b>14535</b>	<b>29508</b>
ADEKAR	6757	6719	13477
T. IGHIL	3435	3428	6862
BENI-K'SILA	2304	2218	4522
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>12496</b>	<b>12365</b>	<b>24861</b>
AKBOU	27773	27174	54947
CHELLATA	5110	4965	10075
TAMOKRA	2148	1993	4141
IGHRAM	6375	6399	12774
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>41408</b>	<b>40532</b>	<b>81940</b>
SEDDOUK	10773	10442	21214
M' CISNA	4134	4054	8188
AMALOU	4531	4338	8870
BOUHAMZA	4896	4512	9408
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>24333</b>	<b>23347</b>	<b>47679</b>
TAZMALT	15018	14775	29793
B. MELIKECHE	4406	4356	8762
BOUDJELLIL	6004	5842	11845
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>25429</b>	<b>24973</b>	<b>50402</b>
CHEMINI	8023	7729	15752
SOUK-OUFELA	4803	4407	9210
TIBANE	2642	2576	5218
AKFADOU	3905	3684	7589
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>19372</b>	<b>18397</b>	<b>37768</b>
BARBACHA	8830	8599	17429
KENDIRA	2781	2750	5532
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>11612</b>	<b>11349</b>	<b>22961</b>
I. OUZELLAGUEN	11942	11487	23429
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>11942</b>	<b>11487</b>	<b>23429</b>
SIDI-AICH	7318	6887	14205
TINEBDHAR	3152	2844	5996
TIFRA	4469	4192	8661
SIDI-AYAD	2949	2638	5586
LEFLAYE	3381	3252	6634
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>21270</b>	<b>19812</b>	<b>41082</b>
EL-KSEUR	15893	14883	30776
F. EL-MATHEN	6300	5895	12195
TOUDJA	5204	4930	10134
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>27395</b>	<b>25708</b>	<b>53103</b>
KHERRATA	18523	17650	36173
D. EL-KAID	15426	14709	30135
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>33950</b>	<b>32359</b>	<b>66309</b>
B- MAUCHE	7029	6803	13832
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>7029</b>	<b>6803</b>	<b>13832</b>
<b>TOTAL WILAYA</b>	<b>480167</b>	<b>460943</b>	<b>941110</b>

Source : DPAT

## Résumé

Il est sans nul doute admis actuellement que les entrepreneurs, en tant qu'acteur économique et sociaux, créateurs de richesses et d'emplois, jouent un rôle primordiale dans le développement globales (économique, politique, culturel...etc.) d'un pays.

Dans cette catégorie, les femmes sont statistiquement certes moins importantes que les hommes pour des raisons hystériques et culturelles mais dont le rôle économiques et social est non moins important.

Cette étude s'est acharnée à explorer les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers les motivations, les objectifs et la nature de l'acte d'entreprendre d'un échantillon des femmes entrepreneures localisées ,pour des raisons pratiques, dans la région de Bejaia.

En effet, l'étude a montré que les femmes entrepreneures investissent généralement dans le secteur tertiaire, les zones urbaines en créant des TPE dont la nature de l'activité est liée à la formation professionnelle et /ou universitaire initiale ; d'une part et à une tradition /convenance familiale.

Il ressort également, que les femmes entrepreneurs ne peuvent séparer entièrement leurs vies professionnelles de leurs vies familiales. Les deux vies se recourent dans le sens ou elles portent une double responsabilité : familiale et entrepreneuriale.

**Les mots clés :** Entrepreneuriat, entrepreneurs, l'entrepreneuriat féminin, PME, motivations, développement socio-économique.