

UNIVERSITE ABDERRAHAMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION



Mémoire fin de cycle

En vue d'obtention d'un Master

En sciences de gestion

Option: Entrepreneuriat

Thème

**Femmes entrepreneures : Caractéristiques et
Accompagnement
Cas de quelques communes de la wilaya de
Bejaia**

Présenté par :

M^{elle} Djouad Narimene

Encadré par :

M^{me} Hadou N.

Promotion : 2017 /2018

Dédicaces

Je dédie ce travail: Tout d'abord à Dieu le Tout Puissant de m'avoir donné le courage, la santé, et m'a accordé son soutien durant les périodes les plus difficiles.

A mes parents qui m'ont soutenue Durant mes études et qui ne me sont jamais privée de leurs amours de leurs attentions et de leurs encouragements, à vous « maman et papa » je dédie ce travail.

A mes sœurs, mes frères et ma belle soeur. A mes petits princes Amine, et Amire. A toute ma famille. A tous mes amis. Et à tous ceux qui m'ont aidé.

Narimene Djouad

Remerciements

Je remercie vivement mon encadreur de mémoire, Madame Hadou Naima d'avoir accepté d'encadrer ce travail, je la remercie pour sa compréhension, ses encouragements, son soutien moral et scientifique accordé tout au long de ce travail. Qu'elle trouve ici l'expression de ma profonde gratitude. Mes remerciements vont également aux membres du jury, pour leur contribution scientifique lors de l'évaluation de ce travail. Qu'ils trouvent ici, en mon nom, ma reconnaissance la plus sincère. Je remercie aussi énormément l'ensemble de personnel de L'ANSEJ antenne de Bejaia a leur tête monsieur le directeur par son accueil et sa disponibilité et son extrême amabilité, et le responsable de service communication pour ces conseils, qui nous à aider d'améliorer nos recherches, je tiens à remercie aussi le personnel de l'ANGEM ,L'ANDI ,CANAC antenne de Bejaia, Je renouvelle mes vifs remerciements à mes amis, en particulier ma meilleure Katia, mes remerciements vont enfin à toutes les femmes entrepreneures qui ont accepté de participer à cette recherche et aux personnes qui ont contribué, par la mise à ma disposition des informations, à l'élaboration de ce travail, il me reste à ne pas oublier de remercier tant de personnes, que je ne peux nommer, de peur d'en oublier ; que toutes sachent qu'elles sont bien présentes dans mon esprit et dans mon cœur.

Narimene Djouad

La liste des abréviations

ANSEJ : Agence Nationale pour le soutien et l'Emploi des jeunes.

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro crédit.

ANDI : Agence Nationale de Développement d'Investissement.

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique.

AFEM : Association des Femmes chefs d'Entreprises du Maroc.

ONS : Office Nationale des Statistiques.

PME : Petite Moyenne Entreprise.

ME : Moyenne Entreprise.

TPE : Très Petite Entreprise.

PMI : Petite Moyenne Industrie.

EPE : Entreprises Publiques Economiques.

USD : United States Dollars.

BTP : Bâtiments et Travaux Publics.

GME : Global Entrepreneurship Monitor.

PIC : Pérennité, Indépendance et Croissance.

CAP : Croissance, Autonomie et Pérennité.

EI : Entreprise Individuelle.

SARL : Société A Responsabilité Limité.

EURL : Entreprise Unique a Responsabilité Limité.

SPA : Société Par Action.

PE : Petite Entreprise.

FCE : Femme Chef d'Entreprise.

CNI : Commission National des Investissements.

FMI : Fond Monétaire d'Internationale.

SPM : Secteur Public Marchand.

SNAT : Schéma National d'Aménagement du Territoire.

ANEM : l'Agence National de l'Emploi.

WES : Word Economic Survey.

CWBR : Center For Women's Business Research.

USCB : United States Census Bureau.

HSBC : Hong Kong et Shanghai banking corporation.

GEDI : Global Entrepreneurship and Development Institute.

INSEE : Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques.

Introduction générale

Introduction générale

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat devient de plus en plus important en tant que phénomène économique et social, il est considéré comme un vecteur fondamental de l'économie dans de nombreux pays. L'entrepreneuriat est censé faire beaucoup de choses : dynamiser les entreprises, les institutions et les individus, contribuer au renouvellement des entreprises, participer à la création de richesse, d'emplois et d'innovation¹.

L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique².

De nombreuses études réalisées en faveur de l'entrepreneuriat qui ne cesse d'augmenter, mais une faible attention prêté à l'importance de la femme au sein de processus de création d'entreprise et souvent les entreprises créées par les femmes sont des entreprises de petites de tailles ou encore même de très petites de tailles.

L'intégration de la femme dans le développement économique est devenue une nécessité car l'importance de cette dernière en tant qu'agent de développement ressort clairement par leur capacité à créer des entreprises. Mais plus souvent ces femmes rencontrent plusieurs contraintes économiques, juridiques, socioculturelles qui les entravent de se lancer dans la carrière entrepreneuriale. De nombreuses études ont été consacrées à la problématique des femmes entrepreneures, ces études sont axées particulièrement sur les motivations des femmes entrepreneures, leur caractéristiques, leur relations avec l'environnement, leur mode de gestion et les difficultés qu'elles rencontrent.

En Algérie, il existe de nombreuses études sur la création d'entreprises mais une faible portion est attribuée à l'entrepreneuriat féminin. La plupart des entreprises féminines font recours aux différents dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises tels que les dispositifs ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI.

Parmi ces divers dispositifs, ANSEJ institué en 1996, en direction des jeunes, voulant créer leurs propres entreprises, ou à procurer un emploi, conçu comme outil de développement local.

L'intérêt de notre travail consiste à mieux comprendre le phénomène entrepreneurial féminin dans la quelques communes de la wilaya Bejaia à travers le dispositif

¹ ALAIN Fayolle, introduction à l'entrepreneuriat, édition DUNOD, Paris, 2005, P : 7.

² Ibid. P.16.

Introduction générale

ANSEJ et notre idée s'inspire de nombreuses recherches sur la question de la femme, en particulier la femme algérienne pour connaître la situation de celle-ci dans notre société. Nous sommes intéressées au sujet pour :

- Comprendre les contraintes rencontrées par les femmes entrepreneures, ses motivations, et le rôle que joue le dispositif ANSEJ pour les aider à avoir l'esprit d'entreprendre, créer leurs entreprises et les accompagner dans la création d'entreprise.

- Acquisition des connaissances nécessaires sur l'entrepreneuriat féminin en tant que femmes futures entrepreneures.

- Acquisition des connaissances sur les PME /TPE pour pouvoir traduire nos désirs de créer notre propre entreprise dans le future.

Chaque sujet d'une recherche scientifique a des objectifs bien précis, ceux de notre étude sont les suivants :

- Notre objectif est de décrire le parcours personnel et socioprofessionnel des femmes entrepreneures et voir leurs motivations essentielles, leur choix d'entreprendre et leur statut social en tant qu'entrepreneures.

- Découvrir les principaux secteurs d'activités qui attirent ces femmes.

- Déterminer les obstacles que vie les femmes entrepreneures en Algérie et en particulier dans la wilaya de Bejaia.

- Savoir si la femme a eu des encouragements de la part de son entourage.

- Savoir c'est vraiment le dispositif ANSEJ a réussi d'avoir attiré les femmes par leur accompagnement.

Notre problématique s'articulera autour d'une question centrale suivante :

Quel rôle joue le dispositif ANSEJ dans l'accompagnement et le développement des entreprises féminines dans la wilaya de Bejaia ?

Pour mieux arriver à comprendre cette question, notre étude tentera de répondre aux questions secondaires suivantes :

1- Quelles sont les caractéristiques des entreprises féminines et le profil des femmes entrepreneures ?

2-Quelles sont les motivations qui poussent les femmes entrepreneures à entreprendre et les principaux obstacles souvent rencontrés ?

3-Quel rôle joue le dispositif ANSEJ dans l'accompagnement et le financement des porteuses de projets ?

Introduction générale

C'est dans ce contexte que s'inscrit notre recherche en se basant sur les hypothèses suivantes :

Hypothèse1 : C'est le désir d'autonomie professionnelle, d'accomplissement personnel, d'organiser un travail soi même, de relever un défi qui motivent la femme algérienne à se lancer dans la carrière entrepreneuriale.

Hypothèse2 : Le dispositif ANSEJ joue un rôle important en matière de financement et d'accompagnement des porteuses de projet.

Pour mieux cerner notre travail, nous avons adopté la méthodologie suivante :

Tout d'abord, nous avons commencé par une recherche bibliographique qui nous a permis de bien cerner notre travail. Puis, nous avons réalisé une collecte de données au niveau de différents organismes d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, CNAC, ANGEM, ANDI) de la wilaya de Bejaia et enfin une enquête de terrain auprès des femmes entrepreneures à travers l'élaboration d'un questionnaire regroupant une série de questions relatives à notre étude, l'enquête de terrain qui a principalement pour objectif de cerner les pratiques de l'ANSEJ en matière d'accompagnement, de soutien et de financement, a visé un échantillon de femmes entrepreneures de quelques communes de la wilaya de Bejaia financés par le dispositif ANSEJ.

Notre travail se compose en trois chapitres :

Le premier chapitre présente le phénomène entrepreneurial, dans lequel nous allons voir l'évolution et les caractéristiques de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur au cours de la première section, par la suite, la deuxième section traite de l'entrepreneuriat au niveau mondial et enfin la troisième section dans la quelle nous allons parler sur les généralités de la PME.

Le second chapitre porte sur l'état des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie, nous allons dévoiler de l'entrepreneuriat féminin en Algérie au niveau de la première section.

Dans la deuxième section nous présentons la définition et le développement de la PME en Algérie, et en enfin dans la troisième section nous présentons l'accompagnement et les dispositifs d'appui et d'aide a la création d'entreprises en Algérie et dans la wilaya de Bejaia.

Enfin, le dernier chapitre intitulé « L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par le dispositif ANSEJ ».En débutant par la première section qui présente l'analyse des données du dispositif ANSEJ de la wilaya de Bejaia,la deuxième porte sur la présentation de

Introduction générale

la méthodologie de l'enquête et cela en présentant l'échantillon choisi et l'élaboration de questionnaire et en dernier l'analyse des résultats de l'enquête.

Chapitre I

Introduction

L'entrepreneuriat s'est peu à peu imposé comme le moteur du développement économique et social à travers le monde entier. Les entrepreneurs sont perçus comme les piliers de l'économie de marché, et leurs activités comme créatrices de valeur, d'emploi et d'avantages multiples pour les consommateurs comme, l'entrepreneuriat féminin prend sa part dans ce phénomène et contribue au développement de nombreux pays étant considérés comme une nouvelle stratégie pour l'enrichissement de leur économie. En effet, les PME affirment, également de plus en plus leur présence dans les tissus économiques de plusieurs pays dans le monde et deviennent des structures incontournables pour le développement et la croissance.

L'objectif de ce chapitre est de présenter les caractéristiques de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur à travers un survol rapide de la littérature comme point de départ, nous évoquerons ensuite l'entrepreneuriat au niveau mondial, et enfin nous présentons des généralités sur des PME.

Section1:Entrepreneuriat et l'entrepreneur : Evolution et caractéristiques

L'extrême variété des entreprises a poussé les chercheurs à étudier le phénomène de l'entrepreneuriat, en abordant les notions de l'entrepreneur et de l'entrepreneuriat. Cette variété des appréhensions fait qu'il est difficile de trouver aujourd'hui une définition commune et unanimement acceptée de la notion de l'entrepreneuriat et l'entrepreneur.

1-1 L'entrepreneuriat

Le concept de l'entrepreneuriat ni nouveau ni unique, il prend plusieurs conceptions. Pour cela, il nous a paru intéressant d'éclairer cette notion à travers quelques visions, d'une façon global l'entrepreneuriat se définit comme le processus qui dans une économie conduit un entrepreneur à la création d'une entreprise. Ce processus est le résultat de deux forces convergentes, la première dépend des caractéristiques individuelles de l'entrepreneur, la deuxième dépend des conditions, au sens large, de la création d'entreprise. L'analyse des caractéristiques individuelles (âge, diplôme, environnement familial,...) et celle des conditions favorables (conjoncture, marché, évolution des technologies, réglementation, culture, finance...)¹.

¹ Khaled BOUABDALLAH et Abdallah ZOUACHE, « Entrepreneuriat et développement économique », les cahiers du CREAD, N°73, 2005, P.17.

Et encore une autre définition celle de Thierry Vestaete, dans son ouvrage « histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat », avait souligné que « l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation l'un se définit par rapport à l'autre et vice-versa. Ainsi le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation : l'entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socio-économiques »².

Pour Verstraet et Saporta « l'entrepreneuriat en tant que champ disciplinaire consiste à chercher à comprendre comment, par qui et avec quelles conséquences les opportunités de créer des biens et/ou des services qui n'existent pas encore, sont découvertes, concrétisés et exploités »³. En effet l'entrepreneuriat est connu par sa complexité car les fondements théoriques diffèrent avec la diversité des points de vue, des approches et des méthodes de suivies.

Par Ailleurs Robert Hisrich, Michael Peters définissent le concept entrepreneuriat du point de vue de la création de la richesse. Pour cela, ils envisagent la notion « Comme un processus dynamique qui consiste à créer de la richesse supplémentaire. La richesse est créée par des individus qui assument les risques principaux en termes de capitaux, de temps et/ou d'implication professionnelle afin de donner de la valeur à un bien ou à un service. L'acte productif peut ou non être nouveau ou exclusif. Mais la valeur doit y être en instillé par l'entrepreneur dans la mesure où il rassemble et alloue les compétences et ressources nécessaires »⁴.

1.1.1 L'importance de l'entrepreneuriat

Il n'est admis aujourd'hui que l'entrepreneuriat présente de première importance aussi bien pour la croissance et la création que sur la capacité d'innovation dans un pays.

1.1.1.1 La croissance économique

« L'activité entrepreneuriale n'a pas d'effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entrepreneurs »⁵.

1.1.1.2 La création d'entreprise et le renouvellement du parc de l'entreprise :

L'entrepreneuriat permet de renouveler et de reconstruire le tissu économique par la création des entreprises « ex-nihilo », par la reprise des entreprises et même par la réactivation et le redémarrage d'entreprises.

² VERSTRAETE Alain, Op.cit.p.12.

³ VERSTRAETE Thierry et SAPORTA Bertrand. « Création d'entreprise et entrepreneuriat ». Edition ADREG, France, 2006, p.93.

⁴ Hisrich Ret Peters M. (1991), « Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, Paris, p.11.

⁵ Verstraete T. Saporta B. (2006), « Création d'entreprise et entrepreneuriat », éd Adreg, Paris, p.77.

1.1.1.3 L'innovation

Selon Josef Schumpeter (1935), les entrepreneurs constituent le levier de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités.

1.1.1.4 La création d'emploi

L'entrepreneuriat constitue un moyen pour l'absorption du chômage : il est considéré comme source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois. L'action d'entreprendre est devenue une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et pour ces membres de famille.

1.1.2 Approches théoriques de l'entrepreneuriat

Certains chercheurs présentent l'évolution des recherches sur l'entrepreneuriat. Ces recherches se résument en trois approches fondamentales: l'approche fonctionnelle, l'approche comportementale et l'approche processuelle.

1.1.2.1 L'approche fonctionnelle

Cette approche permet de répondre à la question de « Quoi ? » Ou bien de ce qui fait l'entrepreneur⁶. Elle s'intéresse aux comportements de l'entrepreneur. Des économistes utilisent le concept de l'entrepreneuriat sous l'angle de la richesse. A l'origine de la compréhension du concept d'entrepreneuriat, se situent les contributions de trois auteurs : Pour Richard Cantillon, l'entrepreneur est un preneur de risque alors que Jean Baptiste Say présente l'entrepreneur comme « l'agent principal de la production » Joseph Schumpeter, pour sa part, synthétise la fonction d'innovation de l'entrepreneur. Les économistes ont essayé de définir l'entrepreneur, sa fonction et son rôle dans le marché. Ainsi, ils ont cherché à répondre à la question suivante : Quelle est la fonction ou quel est le rôle de l'entrepreneur dans l'économie? Il suffit de se concentrer sur l'entrepreneur. A l'instar de Schumpeter, l'entrepreneur est un acteur de l'innovation ; c'est grâce à ses initiatives et à sa prise de risque qu'il apporte un changement essentiel à l'entreprise. Son rôle est non seulement d'agir pour créer une entreprise mais aussi de trouver des possibilités encore inconnues dans l'environnement et d'être pionnier pour avoir la fonction d'entrepreneur.

Par conséquent, on peut avancer avec Fayolle selon lequel, cette approche économique a pour objectif de saisir l'impact économique de la création d'entreprise et le rôle de l'entrepreneur dans le développement économique.

⁶ SchmittCh (2008), « Regards Sur L'évolution Des Pratiques Entrepreneuriales », PUQ, p.147.

1.1.2.2 L'approche par les traits

L'approche par les traits consiste à identifier l'entrepreneur par ses caractéristiques propres à lui : c'est une approche sociologique qui consiste à comprendre à la question qui est l'entrepreneur ? Et pourquoi le phénomène de l'entrepreneuriat se développe ? Cette approche s'intéresse aux caractéristiques propres à l'entrepreneur : ses traits de personnalités, ses comportements et comment l'entrepreneur agit-il pour créer une entreprise ? McClelland est le premier chercheur incarnant cette approche psychologique, il définit différentes caractéristiques significatives de la personnalité du dirigeant. Pour lui, les principales caractéristiques des entrepreneurs sont un besoin élevé d'accomplissement lorsqu'un individu est responsable de la solution de ses problèmes.

1.1.2.3 Approche par les processus

Le domaine de cette approche n'est plus centré sur l'entrepreneur mais sur le processus entrepreneurial il est orienté vers les actions et décisions que l'entrepreneur devra poser s'il veut que son projet devienne réalité. Elle consiste aussi à décrire les étapes de création et de reprise des entreprises et des organisations. A ce propos, Gartner (1985) estime que « l'entrepreneuriat n'est rien d'autre qu'un phénomène consistant à créer et à organiser de nouvelles organisations ». Fayolle évoque pour sa part que « l'étude des processus est abordé au cœur de nombreux travaux dans le domaine d'entrepreneuriat. »⁷

1.2 L'entrepreneur : définition, caractéristiques et typologies

1.2.1 Définition de l'entrepreneur

Le concept d'entrepreneuriat apparaît dans la littérature économique à travers les écrits de Richard Cantillon (1680-1734). Il est le premier économiste à définir l'entrepreneur et son importance dans le développement économique. « Pour lui l'entrepreneur n'exerce pas ces talents dans un secteur économique spécifique, tel l'industrie, le commerce ou l'agriculture. Il représente celui qui assume le risque d'incertain peut importe le secteur. il s'engage de façon ferme vis-à-vis d'un tiers en faisant l'acquisition des moyens nécessaires à un prix certain sans garantie de ce qu'il peut attendre. En effet, il envisage de revendre des moyens, tels que les biens ou des services, mais a un prix incertain. A ce titre, le fermier, le marchand, l'artisan, quelque soit l'activité, entrent dans la catégorie des entrepreneurs. Savoir

⁷ FAYOLLE Alain. « Introduction a l'entrepreneuriat » DUNOD, Paris, 2005, p.14.

prévoir les risques et affronter l'incertain sont des aspects entrepreneuriaux à retenir de son analyse ».⁸

Un peu plus tard, Jean-Baptiste Say (1767-1832) attribue un certain nombre de caractéristiques qui définissent l'entrepreneur qui sont les suivantes :

-Celui qui combine les moyens de production et connaît l'état du marché.

-Présenté comme coordinateur : « l'entrepreneur met à profit les facultés les plus élevées et les plus humbles de l'humanité.les reçoit des directions du savant et les transmet à l'ouvrier »⁹

- Dans la pensée de Say, l'entrepreneur doit diriger et organiser d'une part, prendre des risques, d'autre part, sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur par la suite, l'entrepreneur devient la figure centrale du développement économique.

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

Contrairement à J-B Say, Joseph Schumpeter dit que l'entrepreneur peut être à la fois savant et ouvrier, aussi, la recherche de profit n'est pas la motivation principale. La joie de gagner et de créer est pleinement satisfaisante que la recherche de profit. Pour lui l'entrepreneur est celui qui innove et prend des risques en même temps.

Par rapport aux qualités soulevées ci-dessus, nous pouvons dire que l'entrepreneur est celui qui sait mobiliser ses ressources financières dans un environnement incertain de risque, en coordonnant les moyens nécessaires pour tirer le profit tout en sachant prévoir, organiser, commander et surtout en mettant en action un processus innovant.

1.2.2 Caractéristiques et typologies des entrepreneurs

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

1.2.2.1 Les traits caractéristiques

L'entrepreneur dispose de plusieurs traits caractéristiques qui représentent des valeurs et des attitudes face à l'environnement socio-économique dont il procède. Les traits caractéristiques sont :

⁸ MASSART Victoria. « L'entrepreneur au cœur de la notion d'entrepreneuriat ».Mémoire de master, France, p11.

⁹ Ibid.

A-1 Le besoin d'accomplissement : les chercheurs de l'approche par traits veulent démontrer que le besoin d'accomplissement est l'une des principales caractéristiques du comportement de l'entrepreneur. D'après McClelland¹⁰ le besoin d'accomplissement est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur. Ces travaux se sont basés sur le critère de besoin d'accomplissement : ils ont identifié une relation de corrélation entre le besoin d'accomplissement, comme un trait personnel entrepreneurial, et le développement économique.

A-2 Le besoin d'indépendance : les entrepreneurs veulent prendre le contrôle de leur avenir. Ces entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et se caractérisent par un certain sens d'autonomie très poussée ;

A-3 La confiance en soi : Les entrepreneurs sont par définition optimistes : ils croient en leurs capacités et s'assurent de tout mettre en œuvre pour atteindre leurs objectifs et ont une maîtrise en soi.

A-4 L'innovateur : Joseph Schumpeter, souligne que l'entrepreneur est l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation. Selon lui, seuls les individus sont capables d'innover et méritent l'appellation « d'entrepreneur »¹¹.

A-5 Un preneur de risque : Chez les entrepreneurs, la prise de risque est spécifique à certain domaines et certaines situations. Certains chercheurs estiment que la propension à prendre des risques est l'essence de l'activité entrepreneuriale et la création d'entreprise serait réservée à ceux qui auraient une moindre aversion au risque. Des spécialistes s'accordent à dire que la prise de risque est considérée comme un caractère qui différencie les entrepreneurs des autres individus¹².

1.2.2.2 Entrepreneur-Opportuniste Entreprendre

« C'est conquérir une place sur le marché »¹³ qui doit être toujours à l'affût des nouveautés ou d'opportunités de manière de gagner sur le marché.

¹⁰ Estay.C (2006) « La motivation entrepreneuriale » Université des sciences technologiques Lille, l'institut d'administration des entreprises, p.22.

¹¹ Hernandez E.M.Op.cit, p.18.

¹² Charles J, « Entrepreneur : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », P.22.

¹³ JULIEN Pierre-André et MARCHESNAY Michel. « L'entrepreneuriat » Economica, Paris, 1996.p.52.

1.2.2.3 L'entrepreneur-Organisateur

L'entrepreneur est un être compétent qui sait organiser ses ressources : il met tout en œuvre pour développer et commercialiser son innovation.

1.2.2.4 L'entrepreneur-joueur

L'entrepreneur est aussi un joueur qui prend des risques pour affronter des défis.

1.2.2.5 L'entrepreneur-Motivé

L'entrepreneur est motivé par la réalisation de bénéfices générés par les risques pris et la réussite. Les défis représentent des objectifs pour l'entrepreneur : on dira même que les défis lancés constituent la première source de motivation.

1.2.3 Typologies de l'entrepreneur

Nous présentons les typologies d'entrepreneur les plus courantes dans la littérature entrepreneuriale dans le tableau qui suit :

Tableau N°1 Typologies d'entrepreneur

Acteurs / Situations	Typologies d'entrepreneur	Caractéristiques
Norman Smith (1960) Selon les conditions de création	L'artisan	Crée son propre entreprise sans grande expérience en gestion, possède une compétence technique, se localise dans des activités peu innovantes.
	L'opportuniste	Agée et expérimenté notamment en gestion (cadre ou ingénieur), son projet est lié à une opportunité d'innovation, son capital personnel lui sert d'appuis solides.
Selon le profil du dirigeant	Le technicien	S'intéresse aux conditions de fabrication du projet, 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.
	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

Chapitre I : Le phénomène entrepreneurial

Miles et Snow Selon Les conditions d'innovation		revendre (exemple : biotechnologie) pour des fins de fabrication et de commercialisation.
	Innovateur	Cherche des innovations (de produit/procédé) et les exploite lui-même, une pression est exercée sur lui par les donneurs d'ordre ou distributeurs, possède une veille technologique et concurrentielle très forte et possède un budget de R&D qui peut être très élevé.
	Suiveur	Imite, suit de façon proactive et délibérée les innovations sur le marché, améliore les innovations (de l'innovateur) en baissant les coûts des produits (entreprises japonaises, par exemple).
	Réacteur	Adopte une stratégie émergente et réactive, adopte une attitude opportuniste et passive, son attitude est très payante lorsque les clients sont fidèles à l'entreprise ou à son patron qu'aux produits, attendent les modifications de procédés ou de produit pour réagir.
Selon La logique d'action	PIC (Pérennité, indépendance Et croissance)	Cherche à accumuler du patrimoine des actifs, accorde priorité à la pérennité de son affaire, souhaite préserver l'indépendance patrimoniale, refuse l'association et les emprunts extérieurs, croissance acceptée sans mettre en cause la pérennité et l'indépendance patrimoniales (affaire familiales), il préfère l'investissement matériels, méfiant à l'égard de l'externalisation d'activités et les investissements matériels, ils privilégient une logique d'accumulation au détriment d'une rentabilité apparente.
	CAP (Croissance, autonomie et pérennité)	Valorisation des capitaux, rentabilité à court terme élevé, 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

Chapitre I : Le phénomène entrepreneurial

		l'externalisation des activités, préfère les structures légères et adaptives.
--	--	---

Source : Etabli a partir de JULIEN Pierre-André et MARCHESNAY Michel « Entrepreneuriat ». Ed Economica, 1996.P55.

Section2 :L’entrepreneuriat féminin au niveau mondial

Dans cette deuxième section, nous tenons à définir dans un premier temps, le concept entrepreneuriat féminin et la femme entrepreneure ainsi les différentes recherches touchant à ce phénomène, ensuite nous essayerons de voir les principales motivations et quelques obstacles liés à l’entrepreneuriat féminin, et enfin l’impact économique de ce dernier à l’échelle mondiale.

2.1 Définition de l’entrepreneuriat féminin

L’entrepreneuriat féminin désigne « toutes les activités effectuées en dehors du ménage, qui permettent à la femme de faire suffisamment de profits pour au moins maintenir son activité ». Ces activités sont classées de l’agriculture, de subsistance aux multinationales, mais impliquent en général des activités à petite échelle, moyennement peu de capital et de technologie »¹⁴.

2.1.1 Définition de La femme entrepreneure

Le plus souvent lorsqu’on tente de donner une définition aux femmes entrepreneures, des difficultés apparaissent. Cela peut sûrement s’expliquer par le fait que les femmes ont longtemps travaillé dans l’invisibilité. Cependant, nous pouvons constater que par rapports aux études réalisés dans les pays du nord, le concept de femme entrepreneure a connu plusieurs définitions.

Dina Lavoie, décrit l’entrepreneure (qu’elle appelle aussi propriétaire-chef d’entreprise, propriétaire-dirigeante d’entreprise ou encore femme chef-d’entreprise) comme « une femme qui, seule ou avec 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 à sa gestion courante »¹⁵.

Selon le Groupe Canadien de Travail sur l’Entrepreneuriat Féminin, « une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise, et qui la dirige de

¹⁴ABDERHAMANE Kounta Safiah. « Caractéristiques de l’entrepreneuship féminin au mali .Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations, Msc en Economie, L’université du Québec a Chicoutimi, 1997.p.17.

¹⁵ Lavoie D. (1988), « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, p.3.

manière innovatrice et créatrice en développant de nouveaux produits et en conséquent de nouveaux marchés »¹⁶.

2.2 Quelques éléments de recherche sur l'entrepreneuriat féminin

Les recherches sur l'entrepreneuriat féminin ont considérablement évolué. Suivant la littérature francophone, deux périodes se distinguent :

La première période de (1970- 1980), fait la comparaison entre la femme et son homologue masculin en termes de motivation, de personnalité et d'expérience.

La deuxième période apparue depuis 2000 est la plus récente : elle concerne les femmes elles-mêmes. La littérature anglophone conviennent avec la littérature francophone dans certains thèmes de recherches tels que les caractéristiques des femmes entrepreneures, leurs motivations, les réseaux, le processus d'investissement, les facteurs bloquants, la famille, le processus entrepreneurial.

Les premiers travaux sur l'entrepreneuriat féminin sont apparus aux États-Unis il y a une trentaine d'années sous la plume de Eleanor Schwartz et autres auteurs fondateurs tels que (Hisrich, Brush et Ahl, etc.)¹⁷ Les Etats-Unis ont produit une grande majorité des travaux, représentant à eux seuls 65% du total des travaux, tandis que l'Europe n'est présente que pour un quart d'entre eux (19 articles) et Canada avec 13 articles. Certaines conclusions de ces recherches illustrent cette réalité :

- Jennings et Brush avancent quatre tendances¹⁸ qui résument la contribution de la recherche sur l'entrepreneuriat féminin à la recherche sur l'entrepreneuriat en général jusqu'à aujourd'hui. Selon lui :

- L'entrepreneuriat est un phénomène social marqué par le genre ;
- L'activité entrepreneuriale est ancrée dans les familles ;
- L'activité entrepreneuriale peut découler d'une nécessité autant que d'une opportunité ;
- Les entrepreneurs suivent des objectifs qui ne se limitent pas au gain économique.

- Les femmes entrepreneures sont largement marginalisées et restent invisibles dans les recherches dominantes consacrées à l'entrepreneuriat »¹⁹.

¹⁶ Légaré.H. (2000), « La performance de l'entreprise en fonction du sexe du propriétaire », Mémoire en vue de l'obtention du grade de maître en science de la gestion, p.3.

¹⁷Lebegue T, Chabaud D. (2013), Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives, Arihme, p.43.

¹⁸ Léger.J, Teresa N, Chasserio S, (2015), Perspectives francophones sur les femmes entrepreneures : au-delà des approches comparatives, vers une approche compréhensive, Le Revue de l'Entrepreneuriat, p.17.

- « Pailot et Al après avoir mené des entretiens auprès de 41 femmes entrepreneures françaises, estiment que, les interactions marquées par le genre jouent un rôle essentiel dans la façon dont les femmes entrepreneures construisent leurs relations et interagissent avec les parties prenantes. Ils démontrent qu'elles sont confrontées à des stéréotypes sociaux enfouis dans l'inconscient individuel et collectif, qui façonnent leur définition d'elles-mêmes et, en parallèle, la base de la légitimité de l'exercice de l'entrepreneuriat »²⁰.

- Shabi et Di Gregorio, ont tenté d'expliquer les buts personnels poursuivis par les femmes pour la propriété d'affaire et d'interpréter les facteurs structuraux qui influencent le processus du lancement de l'entreprise.

- Redien-Collot et O'Shea, Lebègue expliquent comment les femmes entrepreneures participant aux programmes de développement entrepreneurial, en se basent sur les entrepreneures qui souhaitent que leurs projets d'affaires restent de petite taille notamment dans le cas des entreprises de services, un ensemble de questions spécifiques concernant le monitoring sont mises en avant. Il est reconnu que les femmes ne forment pas un groupe homogène en ce qui concerne leurs intentions de développement de leur nouvelle entreprise et que, par conséquent, une approche uniforme des programmes de soutien est inadéquate. »²¹.

- Les femmes entrepreneures du Maghreb commencent à émerger avec un dynamisme et une symbolique particuliers et peuvent contribuer considérablement au processus d'intégration maghrébine.

- Shabbir et Gregorio, dans leurs recherches sur les femmes entrepreneures pakistanaises, reconnaissent l'influence des ressources relationnelles (influence de la famille, du personnel, des fournisseurs, des consommateurs avec leur regard sur la femme entrepreneure) ainsi que celle des ressources externes (ressources financières, environnement géographique) dans la décision de la femme entrepreneure²².

- « Les conclusions des chercheurs sont également souvent contradictoires pour ce qui concerne les modes de comportement et le management dans l'entreprise. Pour une majorité d'auteurs cependant la femme adopte des types de management sensiblement

¹⁹ OCDE. (2004), « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée, vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée », La 2ème conférence des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME), Istanbul, P.29.

²⁰ Lebegue T, Chabaud D, Op.cit., p.21.

²¹ 27Op.cit. p.28.

²² Zahra Arasti, « L'entrepreneuriat Féminin En Iran : Les Structures socioculturelles », Revue Libanaise de Gestion et d'Economie, Vol. 1, 2008 p.10.

différents de ceux des hommes »²³. Jo Ann C. carlanf et James Wcarland estiment que le management féminin repose essentiellement sur le fait que la femme est rapide, ingénieuse, extravertie, stimulante encourageante et argumentante. Alors que les hommes le sont davantage du type pratique, proche de satisfaction, réaliste organisé, raisonnement unique et chef d'équipe.

- Brush, après avoir analysé 200 études concernant les types de managements comparés féminin/masculin, indique que les femmes tendent à être plus dans les coopératives informelles recherchant le consensus²⁴.

- L'entrepreneuriat des femmes apparaît aujourd'hui en constante évolution à travers le monde. Il est dorénavant largement considéré comme une voie à explorer et à encourager pour ses retombées économiques, sociales et politiques importantes (OCDE, 2012). Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM), (2012), souligne la croissance de l'activité des femmes entrepreneures. Les changements d'échelle et d'envergure dans le taux et la structure de la participation des femmes entrepreneures sont observables à tous les niveaux, que ce soit individuel, dans les réseaux d'affaires ou dans les organisations.²⁵.

- L'une des plus grandes contributions de la recherche sur les femmes entrepreneures est d'avoir su mettre au jour ces préjugés, d'avoir su leur donner une dimension généralisable et d'avoir réussi à rendre compte d'expériences partagées par diverses populations discriminées.

- Dans leur étude exhaustive de la recherche anglophone sur l'entrepreneuriat féminin publiée dans Academy of Management Annals (2013), Jennings et Brush repèrent 630 articles sur les femmes entrepreneures parus entre 1975 et 2012. Les auteures documentent la croissance spectaculaire de l'intérêt porté à ce thème de recherche. 138 articles ont été publiés avant 2000 et 492 entre 2000 et 2012. Jennings et Brush analysent que la source de cette croissance provient de travaux académiques orientés sur l'analyse du genre, des professions et du marché du travail ainsi que des recherches sur les théories féministes. Par ailleurs, elles notent que les cadres théoriques retenus proviennent de l'ensemble des disciplines des sciences de gestion et des sciences sociales (économie, sociologie, psychologie, etc.) »²⁶.

²³ Duchéneau B. (1996), Les Dirigeants de PME: enquête, chiffres, analyses pour mieux les connaître Maxima, p.20.

²⁴ Du chéneau B, Op.cit., p.204.

²⁵ Léger.J, Teresa N, Chasserie S, Op, cit, p.19.

²⁶ Idem, p.21.

2.1.2 Motivations des femmes entrepreneures

La question du « pourquoi des femmes deviennent-elles entrepreneures ? » a fait l'objet de plusieurs recherches en comparant les entrepreneurs féminins aux entrepreneurs masculins. La principale motivation des femmes à vouloir entreprendre est le désir d'indépendance contrairement aux hommes à vouloir entreprendre pour désir de détenir plus d'argent. Des études de (Cadieux, 2002 ; Holmquist, 1990 ; Kaplan, 1988)²⁷ confirment également que les femmes entrepreneures gèrent des petites entreprises pour des objectifs sociaux, alors que leurs homologues masculins entrepreneurs ont tendance à accorder une importance aux objectifs économiques (Kent, 1982).²⁸ D'autres femmes décident d'entreprendre afin de concilier entre la vie familiale et la vie professionnelle. Pour d'autres observateurs (Edwards, 2005 ; Moore, 1997)²⁹, devenir une femme entrepreneure est une question d'identité et d'estime de soi. Pour Shaperro (1975)³⁰ les motivations entrepreneuriales sont regroupées en deux grandes catégories : les motivations de type push ou motivations de nécessité et les motivations de type pull ou motivations de volonté. Les facteurs push représentent selon Cornet et Costantidinis (2004) les modes de création relevant de la nécessité, alors que les facteurs pull relèvent du désir ou de l'opportunité de créer une entreprise. Parmi les facteurs Pull, l'étude de Carter et Cannon (1992)³¹ fait apparaître que le besoin d'indépendance et la satisfaction de posséder son entreprise représente un facteur de motivation fort, pour les femmes entrepreneures, tout comme pour les hommes créateurs d'entreprise. Pour les facteurs Push, on trouve le besoin d'argent, l'absence de structure de prise en charge des enfants en bas âge, des conditions de travail inacceptables. La rigidité des horaires de travail, une différence de rémunération importante entre hommes et femmes, une ségrégation dans l'attribution des postes, les frustrations d'un avancement bloqué, la désillusion quant aux relations traditionnelles des employés et des employeurs, l'articulation

²⁷ Bouzekraoui H. Driss F. (2015), « Les obstacles au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc », p.5.

²⁸ Ibid., p.5

²⁹ Ibid, p.6.

³⁰ Ongodo. M, Nkaleu. R, (2009), « Influence des structures d'accompagnement sur les pratiques de gestion de 250 PME/PE camerounaises en phase de démarrage », Colloque International : « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11ème Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat », INRPME, Trois-Rivières, Canada, p.3.

³¹ Fernandez. B, Scotto. J, Fischer .F (2014), « Entreprendre en France ? Les motivations des femmes », p.3.

vie familiale-vie professionnelle est considérée comme un facteur de motivation à créer son entreprise pour le sexe féminin.³² .

2.1.3 Les obstacles des femmes entrepreneures

L'accès au financement reste sans doute le plus grand obstacle pour les femmes entrepreneures. Cet obstacle est récurrent à cause de leur manque d'expérience (Hisrich et Brush 1986) ce qui les oblige à emprunter des sommes moindres que leurs confrères masculins (Richer, 2007) (Forget, 1997) elles devraient donc être considérées comme un « très bon risque » par les organisations prêteuses. Selon des études (Aldrich, 1989 ; Hurley, 1991 ; Scott, 1986 ; Forget, 1997)³³ , certains auteurs ont tenté de découvrir les différences entre les relations respectives des entrepreneurs hommes et femmes et leur institutions bancaires en termes de discrimination en termes d'octrois de crédit. Selon certaines études (Reding et Swift, 1990 ; Coleman, 2000), les institutions financières offriraient des conditions de prêt défavorables aux femmes entrepreneures par rapport aux hommes. Par contre, d'autres études infirment la discrimination comme cause principale des conditions de prêt désavantageuses (Buttner et Rosen, 1992; Haines et al. 1999; Coleman, 2000; Orser, Riding et Manley, 2006).³⁴

D'autres recherches précisent que les femmes entrepreneures préfèrent de faire recours dans un premier lieu à leur propre argent ou à des prêts informels auprès de leur entourage, plutôt qu'à des prêts bancaires dans leur propre projet. En plus de ces problèmes de financement, les femmes doivent aussi faire face à des barrières personnelles pour devenir entrepreneures. C'est difficile la conciliation entre sa vie privée et sa vie professionnelle, Etant la responsable principale des enfants, de la maison et d'autres membres de la famille, peu d'entre elles peuvent consacrer tout leur temps, leur volonté et leur énergie à leurs affaires. Des études ont mis en exergue les difficultés que peuvent éprouver les femmes entrepreneures en tant que mères de famille. D'après des résultats de Fouquet (2005)³⁵ affirment que les femmes dirigeantes célibataires (ou veuves ou divorcées) créent plus car elles auraient moins de charges familiales. Une autre enquête menée en France par l'agence

³² Ibid. P3.

³³ Bouzekraoui H. Driss F, Op.cit .p.6.

³⁴ Powers.T. (2009), « Les obstacles et les solutions des femmes entrepreneures des régions ressources au Québec », p.11.

³⁵ BouzekraouiH, FerhaneD, Op, cit.P.07.

Chapitre I : Le phénomène entrepreneurial

pour la création d'entreprise sur « L'entrepreneuriat féminin dans les PME et TPE françaises » montre que 70 % des femmes chefs d'entreprises questionnées placent en tête parmi les difficultés liées l'arrangement entre leur vie professionnelle et leur vie familiale.

2.3 L'impact économique de l'entrepreneuriat féminin a l'échelle mondiale :

L'entrepreneuriat féminin joue un rôle considérable et surtout connu par son point croissant. Sa croissance est rapide surtout dans les pays développés dans ce qui suit nous disposons de quelques chiffres représentant l'impact économique de l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial.

Tableau N°2 : L'impact économique féminin sur la croissance économique

Angleterre	-En 2010, 34% des entreprises ont pour chef d'entreprise une femme (Geneviève Bel, 2009)
France	-36% des sociétés et petites entreprises ont comme chef d'entreprise une femme (Eurostat, 2010). -30% environ des entreprises créées le sont par une femme et le taux de pérennité de ces entreprises à 3 ans est de 67% (contre 70% pour celles créées par des hommes). Ces chiffres ont peu évolué ces dernières années (INSEE, 2006).
Italie	-En 2008, le taux d'emploi des femmes est l'un des plus bas de l'Union européenne mais avec une évolution marquante : le nombre des entreprises féminines a augmenté deux fois plus vite que la moyenne nationale ces dernières années (WES, 2008).
États-Unis	-Selon les statistiques publiées par le Center for Women's Business Research (2005), aux Etats-Unis, jusqu'en 2005, 10,6 millions d'entreprises (47,7 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis ont été l'œuvre des femmes, avec un chiffre d'affaire de 2,5 trillions de dollars. Elles ont créé des emplois pour 19,1 millions de personnes (CWBR, 2005). -En 2007, les femmes détenaient 20,1% de plus d'entreprises qu'en 2002, soit 28,7% des entreprises américaines représentant 6,7% de la totalité des employés et générant 3,9% des revenus (contre 28,2% pour les hommes) (USCB, 2007). -Les femmes créent chaque année plus d'entreprises que les hommes, et la croissance de leurs entreprises et des emplois générés

Chapitre I : Le phénomène entrepreneurial

	est aussi plus forte. Le nombre d'entreprises comportant plus de 100 personnes a augmenté de 44% (Fiduciel, 2006).
Maroc	-La Banque mondiale évalue à 19,44 % le taux d'entreprises dirigées par des femmes. Ces entreprises sont essentiellement des PME/PMI couvrant le secteur des services (37%), le commerce (31%) et l'industrie (21%) notamment le textile (Afem, 2004). -30 % des entreprises dirigées par des femmes ont une activité à rayonnement local, 44 % au niveau national et 21 % à une échelle internationale (Afem, 2004).

Source : Bouzekraoui.H, Ferhane. D, (2006), « les facteurs déclencheurs de l'entrepreneuriat féminin chez les étudiantes universitaires : revue de la littérature », p.3.

Ainsi, des études quantitatives démontrent que l'entrepreneuriat féminin est non seulement bon pour les femmes et leur autonomisation économique, mais aussi pour la croissance de leur pays. Aux États-Unis, les entreprises possédées par des femmes créent 12 millions d'emplois alors que les 500 plus grandes firmes, dégraissent annuellement entre 200 000 et 300 000 emplois. En Australie, 35% des entreprises appartiennent à des femmes, et responsables de 15% de la production domestique brute et participent à 20% de la création de nouveaux emplois.³⁶ Ainsi, d'après une étude de Hong Kong et Shanghai banking corporation (HSBC), menée auprès de 2800 entrepreneures, 40 % des entrepreneures sont de sexe féminin. A Hongkong, on trouve 48% des femmes à la tête de l'entreprise contre 52% pour les hommes. Les taux sont moins élevés dans le reste de la Chine (37%) et à Singapour (36%) Il ne suffit pas que les femmes représentent une proportion importante du nombre d'entrepreneurs. Le plus important dans cette enquête est que les femmes démontrent aussi une grande efficacité dans la gestion de leur entreprises. Ainsi, plus de la moitié (51%) des entrepreneurs qui pèsent plus de 15 millions USD sont des femmes, contre 33% en Occident. Sur le continent, la fortune moyenne d'une entrepreneure s'élève à 4, à 4,6 millions USD contre 4 millions USD pour un homme.

En Tunisie, il y aurait plus de 5000 femmes chefs d'entreprises. Elles représentent plus de 15 % de l'ensemble des chefs d'entreprise³⁷. Une étude récente menée en 2013 par le

³⁶ ChamberlinD, (1996). « Femmes entrepreneurs : Catalyseurs de transformation » p.4.

³⁷ Zahra Arasti, « L'entrepreneuriat Féminin En Iran : Les Structures socioculturelles », Revue Libanaise de Gestion et d'Economie, Vol. 1, 2008 p.4.

Chapitre I : Le phénomène entrepreneurial

nouvel Index Gender GEDI³⁸ lancé par le groupe Dell fournit un outil de diagnostic qui permet aux pays d'aider les femmes entrepreneures à développer leurs projets.

D'après ces statistiques nous constatons que, les États-Unis ont obtenu des scores élevés sur les indicateurs d'un point de vue institutionnel et la solidité de l'environnement entrepreneurial, ce qui les placent au premier rang du classement. Les autres pays en tête du classement sont l'Australie (n°2), l'Allemagne (n°3), la France (n°4) et le Mexique (n°5). Toutefois, malgré la forte croissance économique récente de l'Inde, celle-ci se classe au 16 rang. Parmi les autres rangs du classement, on cite le Japon (12), le Maroc (13), le Brésil (14), l'Égypte (15) et l'Ouganda (17).

³⁸Gender-GEDI est le seul index mondial qui permet de mesurer l'influence de l'entrepreneuriat féminin en fonction des aspirations individuelles, des contextes commerciaux et des écosystèmes entrepreneuriaux. Les entrepreneures influentes sont définies comme « innovantes et orientées vers le développement des marchés ».

Section 3 : Généralités sur les PME

La petite et la moyenne entreprise occupe aujourd'hui la pointe de l'actualité. Elle fait l'objet de sollicitudes intéressées de la part des autorités publiques. Les études relatives à ce type d'entreprise se sont multipliées. Cette section tente d'élaborer une description et une explication du phénomène de la PME dans les contextes économiques.

Dans cette section nous allons développer le contenu de la notion de la PME dans son sens générale, ainsi que la définition, les caractéristiques et son importance.

La PME, les définitions de la PME peuvent se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de référence utilisés d'une part, les définitions utilisant des critères qualitatifs et d'autre part, celle utilisant des critères quantitatifs, appelé aussi « descriptifs ».

3.1 Définition de la PME

Selon la commission européenne la PME définit comme suite ³⁹:

-une micro-entreprise : une entreprise qui emploie moins de 10 salariés et dont le chiffre d'affaires annuel ou de totale de bilan annuel ne dépassent pas 2 millions d'Euros.

-une petite entreprise : une entreprise qui emploie de moins de 50 salariés et dont le chiffre d'affaires annuel ou le totale du bilan annuel ne dépasse pas 10 millions d'Euros.

-une moyenne entreprise : une entreprise qui emploie 250 salariés et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel ne dépasse pas 43 millions d'Euros.

3.2 Les approches des PME

On a deux approches :

3.2.1 L'approche quantitative

Son critère principal est la taille à laquelle s'ajoutent d'autre critères quantitatifs tels que le nombre d'employés, le chiffre d'affaires annuel, la valeur ajoutée, le capitale,...etc., qui sont utilisés dans les analyses statistiques et dans la plupart des législations qui touchent les PME.

3.2.2 L'approche qualitative

Cette approche classe les entreprises en considérant leurs relations avec leur environnement, qui peuvent être regroupées en quatre grands groupes. Elle se base sur des critères beaucoup plus managériales et organisationnelles, nous retiendrons les plus

³⁹ ROBERT WITTERWULGHE, « Les PME une entreprise humaine », 2^e édition, Boeck, Paris, 2008. P 25.

importants à savoir ; la dimension humaine et la qualité de la gestion de l'entreprise, les stratégies et les objectifs de la direction⁴⁰.

- La dimension humaine et la qualité de la gestion de l'entreprise : la dimension humaine liée à la personnalité de la gestion de la PME, selon ce dernier, il est considérée tout PME comme « une unité de production ou de distribution, une unité de direction et de gestion, sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise, dont il est souvent propriétaire et qu'est directement lié à la vie de l'entreprise »⁴¹.

- Les stratégies et les objectifs de la direction : les stratégies et les objectifs de la direction sont autres critères qualitatifs permettant de cerner la réalité de la PME, du point de vu stratégie, est considérée PME, toute entreprise dont la stratégie est intuitive et peu formalisée. L'entrepreneur propriétaire ne fait appel qu'à sa propre expérience lors de la prise et la mise en œuvre des décisions. Pour ce qui est des objectifs de la direction, ne sont considérées comme PME que les unités dont les objectifs sont la rentabilité et l'indépendance de gestion, qui traduisant le refus de la croissance et le recoure aux sources de financement externes dans les unités économiques.

3.3 Classification et caractéristiques des PME

3.3.1 La classification des PME

Les entreprises peuvent être classées selon plusieurs critères :⁴²

3.3.1.1 Classification selon le secteur économique (déterminé par leur activité principale)

Dans cette classification on aura trois secteurs : primaire, secondaire et tertiaire

- **Secteur primaire** (agriculteur, pêche,...) : ce secteur regroupe toutes les entreprises dont l'activité principale est en rapport avec la nature, c'est-à-dire celles qui travaillent dans les domaines de l'extraction ou l'exploitation forestières.

- **Secteur secondaire** (industrie, bâtiment et travaux publics) : qui regroupe toutes les entreprises ayant une activité de transformation de matières premières en produits finis et qui englobe toutes les industries dont l'activité principale consiste à produire des biens économiques.

- **Secteur tertiaire** (services) : qui rassemble toutes les entreprises prestataires des services. Sa composition est très hétérogène car il regroupe tout ce qui n'appartient pas aux

⁴⁰ BOUKROU Aldjia.Op cité, P 16.

⁴¹ Ibid. P 17.

⁴² Rachid ZAMMAR, « Initiation à l'entrepreneuriat », Conférence de centre d'Etudes Doctorales en Sciences et Technologies de Rebat (CEDESTR), Université Mohammed V-Agbal. P. 03.

deux autres secteurs, à savoir : les activités de distribution, de transport, de crédit, hôtellerie,... On peut ajouter aussi par fois le secteur quaternaire qui regrouperait les entreprises de communication (recherche, développement et information).

3.3.1.2 Classification par branche d'activité

La branche est « un ensemble d'entreprises ou d'éléments d'entreprises produisant le même type de bien. » Ce classement est très important il permet d'observer les mêmes problèmes pour les entreprises appartenant à la même branche étant donné que ont utilisent les mêmes technologies, les matières premières et par conséquent sont confrontées à un même marché principal.

3.3.1.3 Classification par filière d'activité

Le concept de filière de production est une notion de l'économie industrielle désignant l'ensemble des activités complémentaires pour des raisons techniques et commerciales et qui participent aux différentes étapes du processus de la production d'une même catégorie de biens ou services, autrement dit c'est le prolongement logique de branche puisque elle a pour finalité de mettre en évidence le cheminement d'un produit de la matière première au produit final. Ce découpage met l'accent sur les interdépendances entre branches par exemple la filière automobile regroupe les constructeurs, les équipements, les fournisseurs (tôles, verre, composants mécaniques, électroniques) les sous-traitants.

3.3.1.4 Classification de la PME en fonction de statut juridique

Les formes revêtues par les PME classées suivant le caractère juridique sont diverses et variées, on distingue :

Les PME du secteur privé : Le secteur privé regroupe les entreprises dont les capitaux nécessaires sont apportés par des personnes relève d'une famille, d'une personne ou d'une association de personnes, cette diversité permet la distinction suivante :

- Entreprise Individuelle (EI) : en « nom personnel » très simple car il n'y a pas de séparation entre le patrimoine de l'entreprise et de l'entrepreneur, cela présente toutefois des risques important en cas d'échec.

- La Société en Non Collectif (SNC) : est une société de personnes fondée sur l'intuitu personae et la responsabilité de chaque associé y est indéfinie et solidaire. Les associés apportent un capital divisé en parts, et sont soumis personnellement à l'impôt sur le revenu.

- La Société A Responsabilité Limitée (SARL) : est un type mixte entre la société de personnes et société de capitaux. Le capital est divisé en parts sociales non négociables, leur

responsabilité est limitée à leur apport, cette dernière comporte au minimum deux et au maximum cinquante associés.

- Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée(EURL) : est une variante de la SARL avec une seule personne physique ou moral, elle permet une distinction entre les patrimoines de l'entreprise et du propriétaire. la responsabilité est limité à l'apport des capitaux.

- La Société en Commandité par Actions (SCA) ou bien (SPA) ⁴³ : a un fonctionnement assez complexe, c'est une forme juridique particulière avec une séparation très nette des responsabilités entre le(s) commandité(s) qui assure(nt) la gestion, prend (nant) les risques et les commanditaires qui apportent les capitaux sans participer à la gestion.

- **Les entreprises publiques** : ce sont des entreprises qui appartiennent en totalité à l'Etat, cette dernière détient l'intégralité du capital, le pouvoir de gestion et de décision.

- Les entreprises semi-publiques : ce sont des entreprises contrôlées par les pouvoirs publics : choix d'investissements, niveau des prix, politique de l'emploi...etc., mais où des personnes privés participent en financement et /ou à la gestion

3.4 Les principales caractéristiques des PME

Comme la grande entreprise, la PME doit établir un diagnostic externe et interne qui lui permettra d'identifier des opportunités de développement ou au contraire des menaces. Cette démarche permettra à la PME de dégager ses caractéristiques à savoir ses forces et faiblesses.

3.4.1 Les forces de la PME

- La PME présente généralement une structure simple et flexible qui lui permet d'être réactive à toute modification de l'environnement.

- Cette organisation entraîne de faibles coûts de structure ce qui peut lui donner un avantage concurrentiel par rapport à la grande entreprise. Cependant, dans une phase d'expansion qui pourrait entraîner des modifications de sa structure, la PME devra faire en sorte que ces coûts soient absorbés par les ventes futures.

- Les niveaux hiérarchiques étant souvent très réduits, les processus de décisions sont plus rapides pour régler les problèmes liés à l'activité. L'information circule également de manière plus efficace même si elle revêt un caractère informel.

⁴³ 13 GILLER Bressay, CHLISTION Konkuyt .Op cité, P17.

- Dans les PME, les salariés peuvent être plus motivés que dans une grande entreprise. En effet, ils peuvent se sentir plus impliqués dans la pérennité de la PME car cette dernière n'offre pas toutes les possibilités d'une grande entreprise en cas de licenciement (reclassement, indemnités de licenciement par exemple). De plus, la taille de la PME permet aux salariés d'être plus souvent associés aux prises de décisions.

3.4.2 Les faiblesses de la PME

- La taille de la PME est aussi un handicap. En effet, la PME est vulnérable de par son domaine d'activité. Si la PME est mono-produit, une chute de la demande entraînera une baisse des revenus que la PME ne pourra pas compenser par un autre produit.

- La PME qui dépend d'un seul client, par exemple dans la grande distribution, ou d'un seul fournisseur s'expose à un risque économique très important.

- L'agressivité de la grande entreprise doit conduire la PME à mettre en place une "veille" pour maintenir sa position de leader dans son secteur d'activité. Cette "veille" peut être coûteuse à la PME.

- La PME peut également rencontrer des problèmes de financement liés à son développement. En effet, les banques sont souvent réticentes à accorder des crédits quand les PME ne sont pas adossées à de grands groupes.

- En cas d'évolution, la PME peut rencontrer des rigidités au changement. Dans une PME, les salariés ont des évolutions de carrière (verticales et horizontales) moins importantes que dans les grandes entreprises. Un changement pourrait les conduire à assumer des nouvelles fonctions pour lesquelles ils ne sont pas formés et ainsi modifier le climat social.

La PME devra s'appuyer sur ses forces et limiter l'impact de ses faiblesses pour déterminer la stratégie la mieux adaptée à son activité et à sa position dans l'environnement économique.

3.5- L'importance des PME

Les PME jouent un rôle important dans le monde entier, qui réside particulièrement dans les avantages politiques, économiques et sociaux qui offrent son importance au regard de sa contribution au développement local.

3.5.1 Sur le plan politique

L'existence des PME dans les pays favorise la naissance d'une génération des entrepreneurs nationaux. Elle permet aussi de lancer et de consolider le tissu économique adapté aux besoins de pays.

3.5.2 Sur le plan économique

Les PME jouent un rôle majeur dans la croissance économique ainsi que dans le développement régional et local, elles constituent la force motrice de développement dans la plupart des pays du monde et un axe majeur de la lutte contre la pauvreté⁴⁴. La création des PME favorise particulièrement la diversification de la structure industrielle, en même temps qu'elle aide à exploiter des ressources inutilisées recelant ainsi la formation de capital.

3-5-3- Sur le plan social

Le secteur de PME dynamique est important pour la création l'emploi, l'augmentation de la compétitivité, la restructuration et la redynamisation des économies ainsi pour la lutte contre la pauvreté⁴⁵. En plus de sa contribution à la création de richesses, la PME joue un rôle important dans la résorption du chômage à travers sa capacité de créer de l'emploi, elles favorisent aussi la répartition des richesses entre différentes couches de la population. Les PME sont les centres de développement de la main d'œuvre et de l'esprit de création des entreprises.

⁴⁴ 14 Synthèse de l'OCDE, « Les petites et moyennes entreprises : force local, action mondiale », Juin 2000.

⁴⁵ 2eme Conférence de l'OCDE des ministres charge des PME.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons présenté le phénomène entrepreneurial à travers quelques éléments de base ainsi qu'une présentation de certains éléments de recherches dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin. Nous avons montré encore les obstacles liés à ce phénomène et l'impact économiques de l'entrepreneuriat féminin à l'échelle mondiale, Ensuite nous avons présenté des généralités sur la PME qui est le résultat des actes de l'entrepreneur.

Nous pouvons affirmer dès lors que l'entrepreneuriat féminin peut constituer une source non négligeable de la croissance, de la création d'emploi et du développement global durable et harmonieux dans un pays. Le chapitre suivant présentera la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Chapitre II

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

Introduction

Dans nos jours les entreprises créées par les femmes jouent un rôle très important. Du moment que les femmes sont toujours à la recherche de leur indépendance surtout économique, l'entrepreneuriat est alors une évolution continue, il reste déjà un grand nombre de ces femmes qui n'ont pas encore réussi leur indépendance économique. En Algérie les entreprises sont majoritairement des TPE ou plus ou moins des PE.

L'accompagnement de ces petites entreprises est considéré comme un sujet primordial pour le gouvernement et les organisations internationales, car il joue un très grand rôle dans la réduction du taux d'échec de la petite entreprise c'est pour cette raison que le nombre de structures d'accompagnement à la création d'entreprise en Algérie a augmenté.

Ce chapitre est divisé en trois sections la première est consacré a l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et la deuxième est consacré à l'état des lieux pour les PME algériennes et enfin la dernière section intitulé « l'accompagnement et les dispositifs d'appui et d'aide a la création d'entreprises en Algérie ».

Section 1 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Il est évident que les femmes chefs d'entreprises jouent un rôle très important dans l'économie algérienne mais reste qu'elles sont peu nombreuses par rapport aux entrepreneurs masculins.

1.1. Définition de femme entrepreneure Algérienne

Selon les études réalisées à propos de l'entrepreneuriat en Algérie, il n'ya aucune définition que relève l'entrepreneure féminin algérien, c'est pour cela que nous allons essayer de définir le concept et cela à travers nos lectures et à travers des définitions relevant des facteurs qui ressemblent à ceux existant en Algérie.

En effet, pour l'un des pays voisins comme le Maroc, une association des femmes chefs d'entreprises au Maroc « AFEM » le définit ainsi :

« Nous entendons par « Femme chef d'entreprise(FCE) » une femme occupant l'une des fonctions suivantes : Président directeur général, vice président directeur général, président du conseil de surveillance, président ou membre de directoire, administrateur directeur général ,directeur général, directeur général adjoint, gérante ou cogérante ».¹

¹ (1)Association des femmes chefs d'entreprises au Maroc (AFEM). « Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb ».Etude N°23, 2010, P.9.

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

En ce qui concerne l'Algérie, la définition appropriée à l'entrepreneure féminin que nous avons pour but de lui attribuer est la suivante : « La femme algérienne désigne celle occupant l'une ou plusieurs des fonctions suivantes : « Présidente directrice générale, vice présidente directrice générale, présidente du conseil de surveillance, présidente ou membre de directoire, administrative directrice générale, directrice générale, directrice générale adjointe, actionnaire majoritaire, les entreprise détenues a 50 pour cent par des femmes gérante et cogérante et ceci, que ce soit public ou privé, qu'elle soit propriétaire ou non ».²

1.2. Les défis et obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures algériennes

Selon plusieurs recherches académiques, la motivation pour entreprendre est le résultat de la recherche d'une certaine autonomie:³ posséder sa propre entreprise, réaliser un rêve ou disposer de sa propre source de revenus ont été les raisons exprimés par les femmes participantes aux groupes de discussion pour entreprendre. En général les femmes ont parlé de l'excessive bureaucratie pour les affaires et des lenteurs dans le traitement des dossiers, ce qui propre au contexte algérien mais qui peut impacter de manière plus aigüe les femmes dû à leur plus grande pénurie de temps et responsabilités familiales. Elles ont aussi identifié plusieurs obstacles et contraintes lors de leurs parcours entrepreneurial: l'absence de soutien et d'accompagnement spécifique et adapté, l'accès aux marchés et à l'information, l'accès au financement et finalement des contraintes sociales et culturelles.

1.2.1. L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets

Les femmes entrepreneures ont relevé l'absence d'un accompagnement et de suivi une fois l'entreprise est née. Il s'agit de services tel que le conseil spécialisé, (marketing, juridique, financier, fiscale, etc.) des actions de formation (de courte durée), de coaching, ou d'appui par des paires. Cet accompagnement est très faible et lorsqu'il est offert, la prestation n'est pas adaptée aux besoins des femmes. Les femmes proposent de renforcer les relations entre les associations d'entrepreneurs et les dispositifs publics et/ou des consultants afin de fournir de services de qualité dans le marché. La majorité des femmes qui ont participé à des groupes de discussion seraient même prêtes à payer si le service répondait à leurs besoins.

²Hittache Lilia. « Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie » Mémoire de master. Septembre.2011.page.68.

³ Mohamed Ali DEYAHY Directeur du Bureau de l'OIT pour les Pays du Maghreb « Evaluation nationale de l'entrepreneuriat féminin en Algérie » 1ere édition 2017, p.11.

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

1.2.2. Accès au marché, et à l'information

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

1.2.3. L'accès au foncier

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

1.2.4. L'accès au financement

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

1.2.5. L'environnement culturel et le rôle de la femme dans la société algérienne

Les contraintes par rapport à la conciliation entre la vie professionnelle et les responsabilités familiales ainsi que la pression de la société traditionnelle freinent le développement de l'activité féminine. Les stéréotypes sociétaux et traditionnels exercent une

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

pression sur les femmes malgré les progrès enregistrées dans le système juridique et institutionnel algérien.

Aujourd'hui, tous les chercheurs qui ont traité de la question du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, sont unanimes pour indiquer que les facteurs de contingence (l'environnement socioculturel) jouent un rôle primordial dans le blocage à l'émergence de la femme dans la sphère publique.

2.1. La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne

L'Algérie demeure très en retard par rapport au reste du monde en matière d'activité entrepreneuriale en générale et d'activité d'entrepreneuriat féminin en particulier.⁴ Non seulement le taux d'activité des femmes en Algérie est l'un des plus faibles au monde, mais encore leur taux de chômage est très élevé en particulier chez les diplômées. Avec un taux d'activité féminine de 14,7% et une proportion de femmes dans la population active qui ne dépasse pas 17%, l'Algérie se situe parmi les 4 pays ayant la plus faible participation économique des femmes au niveau mondial (avec l'Irak, la Syrie et la Palestine). Selon le projet du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) qui est une évaluation annuelle des attitudes, des aspirations et des activités entrepreneuriales (TEA) dans plusieurs pays, le taux d'activité entrepreneuriale moyen en Algérie durant les années 2009/2012 a été de 14,5% pour les hommes contre seulement 8% pour les femmes. L'écart sexospécifique relevé indique que les hommes sont deux fois plus nombreux à s'impliquer dans le démarrage d'une nouvelle entreprise. Ce constat confirme les études du GEM qui sont menées à l'échelle internationale. Les données de l'étude GEM Algérie 2012 montrent aussi que le rapport hommes-femmes est plus faible en 2009 et a tendance à augmenter dans les enquêtes GEM 2011 et 2012. De même, ces données montrent que la participation des femmes dans l'activité entrepreneuriale est entrain de diminuer en faveur des hommes. Les taux de TEA féminins suivent la même tendance générale observée chez les hommes. Elles sont plus concentrées dans les catégories d'âges 24- 34 ans et 35-44 ans. D'autre part, à la fin de l'année 2014, sur un total de 157 122 inscrites au niveau du CNRC, 8 163 entreprises étaient gérées par des femmes, soit 5,2%. Quant aux personnes physiques, sur 1 484 625 activités, 122 253 appartiennent aux femmes, soit 7,6%. De façon globale, 92,4% des opérateurs économiques personnes physiques sont du genre masculin contre seulement 7,6% de femmes. S'agissant des femmes, sur un total de 122

⁴ Mohamed Himrane « La réalité de l'entrepreneuriat féminin: La wilaya d'Alger » juin.2017.p.10.

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

253 personnes physiques, la classe d'âge la plus fréquente est celle située entre 39 et 48 ans (26,85%), suivie par la classe 29-38 ans (22,15%). Les femmes sont concentrées essentiellement dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8,2% du nombre global suivie de la wilaya d'Oran avec 6,2%, et Tlemcen avec 4,2%. Toutefois, le nombre de femmes en Algérie a connu une évolution remarquable du fait de l'existence de nombreux programmes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie. Parmi les plus importants sont les suivants : l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM qui sont des structures publiques chargées de l'exécution des politiques publiques d'aide et de soutien à la création d'entreprises. Ces agences sont censées apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leurs activités.

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

Section2 : PME algérienne : Définition et développement

En Algérie, comme dans d'autres pays, les PME constituent la grande partie de tissu économique, bien que l'importance accordée à celle-ci n'est pas récente. Ainsi les résultats sont apparus qu'à partir des années 2000, après une série de mesures d'accompagnement des entreprises pour les amener à acquérir une capacité suffisante de compétitivité (Chelil.A et Ayad SM.2009).

Il n'existait pas de définition officielle décrivant les PME avant l'adoption de la loi d'orientation sur la PME en décembre 2001, il n'existait pas de définition d'entreprise. Avant cette date, l'office national des statistiques a pris en considération le critère de l'effectif pour arriver à effectuer un classement des entreprises.

La définition attribuée est la suivante : la PME étant une entreprise de production de bien et de services employant de 1 à 250 personnes, ce qui rend difficile la comparaison entre les périodes.

La micro entreprise étant considérée comme un créneau porteur dans le marché émergent, elle est considérée comme une solution pour lutter contre le chômage et cela en encourageant (avantages fiscaux, parafiscaux et aides financières) les jeunes chômeurs à créer leur propre entreprise.

2-1. Définition de la PME Algérienne

Bien qu'il existe plusieurs critères pour regrouper l'entreprise dans le monde que ce soit par l'effectif, le chiffre d'affaireect. L'Algérie a opté pour la définition de l'union Européenne. Cette reprise est définie par la loi N° : 01 /18 du 12/12/2001 portant sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME). et à partir de cette loi la PME est définie comme une entreprise qui remplit les critères suivants :⁵ Une entreprise ayant un statut juridique d'entreprise de production, de biens ou de services, emploie de 1 à 250 personnes,

Le chiffre d'affaire annuel excède pas 2 milliards de dinars, ou le total du bilan annuel ne dépasse pas 500 millions de dinars sont exclus de cette définition les banques et les établissements financiers, les compagnies d'assurances, les sociétés cotées en bourse, les agences immobilières et les sociétés d'import-export, à l'exception de celles qui sont destinées à la production nationale ou dont le chiffre d'affaires annuel réalisé au titre des

⁵ Journal officiel de la république algérienne N°77 du 15/12/2001.

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

importations est inférieur ou égal aux deux tiers du chiffre global, Respect des critères d'indépendance .

Tableau N°3 : Définition de la PME

Entreprise	Effectifs	Chiffre d'affaire	Bilan total (DA)
Très petite entreprise	0a9	<200millions	<10millions
Petite entreprise	10a49	<200millions	<100millions
Moyenne entreprise	50a250	200-2milliard	100-500millions

Source : loi du 12/12/2001, Cité par ADAIR Philipe, Youghourta « Emploi informel et secteur privé en Algérie : contraintes et gouvernement de la création d'entreprise ».2008p.1.

Comme le montre tableau N°4, cette loi sur les PME distingue trois types d'entreprises :

❖La moyenne entreprise

Toute entreprise employant de 50 a 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre 200 millions et de milliards de DA et dont le total est entre 100 et 500 millions de DA.

❖La petite entreprise

Toute entreprise se caractérisant par un effectif allant de 10 a 49 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excédant pas les 200 millions de DA ou encore le total du bilan n'excédant pas les 100 millions de DA.

❖La très petite entreprise (TPE) ou la micro entreprise

Est considérée comme telle, toute entreprise employant de 1 a 9 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel est inférieur a 20 millions de DA ou dont le total de bilan n'excède pas les 10 millions de DA.

2.2. Aperçue historique de la PME en Algérie

La PME algérienne a vécu plusieurs périodes : la première période est celle de 1962-1982, la seconde période de 1982-1988 et en suit la période 1988 à nos jour.

2.2.1. La première période 1962-1982

Juste après l'indépendance, les entreprises ont été confiées à des comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers, et furent intégrées dans des sociétés nationales,

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

à partir de 1967. Cette période, a été caractérisée par l'adoption d'une économie planifiée, et d'une industrie basée sur la fabrication des biens d'équipements, et des produits intermédiaires. En 1963, le premier code d'investissement a été promulgué, ce code, n'a pas accompli aux résultats attendus pour développer le secteur des PME. Suite à cet échec, un autre code d'investissement a été promulgué en date du 15/09/1966⁶, ce code a essayé de donner un rôle plus important au secteur privé, également il a donné naissance à la commission national des investissements (CNI), un organisme qui délivre des agréments pour tout investisseur, et entrepreneur privé. La PME/PMI a réellement démarrée à partir de premier plan quadriennal (1970-1973). Cette période correspond à la phase de rodage de l'appareil de planification, et à une phase d'accumulation étatique, avec le lancement de tous les projets industriels⁷, poursuivis d'un deuxième plan quadriennal (1974-1978); durant toute cette période, le développement de la PME a été exclusivement par le secteur public dont les objectifs constituent à assurer un équilibre régional. C'est ainsi un total de 594 PME a été réalisé durant cette période.

2.2.2. La deuxième période 1982-1988

Après 20ans de prédominance du secteur public, l'Etat accord au secteur privée un rôle complémentaire en 1982, dans certain activités, avec un niveau d'investissement très limité. La PME donc, a été utilisée comme moyen pour faire face à la crise d'endettement. Cette période a été marquée par les grandes réformes, mais toujours avec le système de l'économie administrée. Cette seconde période a connu une évolution marquée par beaucoup de réticences, malgré qu'elle a donné naissance au deux plans quinquennaux en faveur de secteur privé (1980-1984 et 1985-1989), ces deux plans ont dicté un ensemble de mesures telles que : - Le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements, et dans certain cas des métiers premiers. - L'accès aux autorisations globales d'importations (AGI). - Un système d'importation sans paiement. - Ces mesures d'aide ont aboutis à la réalisation de plus de 7751 projets de PME.

2.2.3. La troisième période 1988 à nos jours

⁶ SAMIA GHARBI, « les PME/PMI en Algérie : état des lieux », CAHIERS DU LAB .RII (Laboratoire de recherche sur l'Industrie et l'Innovation. Mars 2011 op-cite, P 05.

⁷ 20 DJ. LIABES, Capital prive et patrons d'industrie en Algérie 1962-1982, l'Algérie, avril 1984, P268.

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

L'assouplissement de la législation a été graduellement entamé à partir de 1988 par la loi 88-25 du 19/07/1988, qui a libéré le plafond de l'investissement privé. La date de 1988, pour l'économie algérienne est la période de transition vers une économie de marché, ce changement a conduit à établir des relations avec des institutions internationales telles que, le fond monétaire internationale (FMI), et la banque mondiale. Ainsi une série de mesures ont été prises en faveur de la PME privée, en termes de prise en charge et de développement, parallèlement aux grandes opérations de restructuration de secteur public : - Création d'un ministère de PME en juillet 1993. - Promulgation de code de l'investissement en octobre 1993. - Création de l'agence de promotion de soutien, et de suivi de l'investissement (APSI), en octobre 1994. - Elaboration d'une stratégie de développement de la PME en aout 1995. - L'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI), en 2001. - Programme d'appui au développement des PME en Algérie.

2.3. Présentation et Evaluation de la population des PME en Algérie

Depuis les réformes de 1988, et le changement d'orientation économique de l'Algérie de l'économie planifiée vers l'économie de marché, l'Etat a encouragé la création des entreprises privées qui ont connues une forte progression surtout à partir de l'année 2001, suite à la loi d'orientation sur les PME⁸.

Nous exposons dans ce qui suit quelques statistiques et éléments d'informations sur les PME en Algérie.

2.3.1. Présentation de la population globale des PME

A la fin du 1er semestre 2017, la population globale des PME s'élève à 1 060 289 entités dont près de 57% sont constituées de personnes morales, parmi lesquelles on recense 264 Entreprises Publiques Economiques (EPE). Le reste est composé de personnes physiques (44%), dont 21% de professions libérales et 23% d'activités artisanales.

⁸ Loi n° 01-18 du 12 décembre 2001. Loi d'orientation sur la petite et moyenne entreprise (PME). Celle-ci définit et fixe, entre autres, les mesures de facilitation administratives dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mise en œuvre. Elle prévoit également la création d'un fonds de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

Tableau N°4 : Population globale des PME à la fin S1/2017

Types de PME	Nombre de PME	Part (%)
PME Privées		
Personnes morales	595810	56.94
Personnes physiques	465 215	43.78
dont professions libérales	220 516	20.79
dont activité artisanales	243 699	22.98
S/ Total 1	1060 025	100
PME Publiques		
Personnes morales	264	0.02
S/Total 2	264	0.02
Total	1060 289	100.00

Source : Bulletin d'information statistique n°31 de ministre des PME et d'artisanat 2017 p.8.

2.3.2. Distribution :

2.3.2.1. Par taille

A la fin du 1er semestre 2017, la population globale de la PME est composée de 97,7% de Très Petite Entreprise TPE (effectif de moins de 10 salariés) qui demeure fortement dominante dans le tissu économique, suivie par la Petite Entreprise PE avec 2,00% et la Moyenne Entreprise ME avec 0,30%.

Tableau N° 5 : Typologie des PME : Type des PME Nombre de PME

Types de PME	Nombre de PME	%
TPE (effectifs de moins de 10 salariés)	1035891	97.7
PE (effectifs entre 10 et 49 salariés)	21202	2.00

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

ME (effectifs entre 50 et 249 salariés)	3196	0.30
Total	1 060 289	100

Source : Bulletin d'information statistique n°31 de ministre des PME et d'artisanat 2017.p9.

2.3.2.2. Par nature juridique

A. Personnes Morales

Les PME (personnes morales) tous statuts confondus sont présentes en force dans le secteur des services qui en concentre plus de la moitié (53%,03), suivi par le secteur du BTPH (29,82%).

Tableau N°6 : Répartition des PME (Personnes morales) par secteur d'activité

Secteurs d'activités	PME privé	PME publique	Total	Part en (%)
Agricultures	6392	84	6 476	1.09
Hydrocarbure, Energie, Mines et services liés	2843	3	2 846	0.48
BTPH	172777	23	177 750	29.82
Industries manufacturières	92804	84	92 888	15.58
Services	316044	70	316 114	53.03
Total Général	595810	264	596 074	100

Source : Bulletin d'informations statistique n 31 du ministre de la PME et d'artisanat 2017 p.15

B. Personnes physiques

Pour la période considérée, le nombre total des personnes physiques a atteint 464.215 PME, dont 220.516 sont des professions libérales et 243.699 sont des activités artisanales.

B.1. Professions libérales

La catégorie des professions libérales, englobe, notamment, les notaires, les avocats, les huissiers de justice, les médecins, les architectes et les agriculteurs. Les professions

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

libérales, au nombre 220 516, exercent à 68,80% dans l'agriculture, 20,24% dans le secteur de la santé et 10,95% dans la justice, tel que repris dans le tableau n°7.

Tableau N°7 : Professions libérales par secteur d'activité

	Santé	Justice		Total
Nombre au 30.06.2016	44 639	24 153	151 724	220 516
Part en (%)	20.24	10.95	68.80	100

Source : Bulletin d'information statistique n°31 de ministre des PME Et d'artisanat 2017 p.10.

B.2.Activités Artisanales :

Durant le 1er semestre 2017, la CASNOS a enregistré 8457 nouvelles affiliations, ce qui porte le nombre total des artisans au 30/06/2016 à 243 699 PME.

2.3.2.3. Par statut juridique et secteur d'activité

C.1.PME publiques

Les PME publiques représentent une part minime dans la population globale des PME. Leur nombre est de 264 PME durant le 1er semestre 2017 contre 438 durant le premier semestre 2016 soit un recul de 65,9%. Cette baisse est due essentiellement à la restructuration de certains portefeuilles du Secteur Public Marchand (SPM). Leur effectif passe de 35 698 en 2016 à 23 679 salariés au 1er semestre 2017.

Tableau N°8 : Répartition des PME publiques par secteur d'activités

Secteurs d'activités	Nombre globale de PME	Part en %
Industrie	84	31,82

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

Services	70	26,52
Agricultures	84	31,82
BTPH	23	8,71
Mines et carrières	3	1,14
Total	264	100

Source: Bulletin d'informations statistique n°31 du ministre de la PME et d'artisanat 2017 p.11.

Les PME publiques exercent dans tous les secteurs d'activité de l'économie nationale, on observe du tableau N°9 des parts équitables dans l'agriculture et l'industrie (31,82% des PME/EPE) ensuite les services (26,52%).

C. 2. PME Privées

Le nombre total des PME privées à la fin du 1er semestre 2017 est de 1 060 025. Elles sont concentrées au niveau du secteur des services (le transport en particulier), l'artisanat et le BTPH (le Bâtiment en particulier).

Tableau N°9 : Répartition des PME privées par secteur d'activité

Secteurs d'activités	Nombre	Part en (%)
Agriculture	6392	0,60
Hydrocarbure, Energie, Mines et services liés	2843	0,27
BTPH	177727	16,77
Industrie et manufacturières	92804	8,75
Services y compris les professions libérales	536560	50,62
Artisanat	243396	22,99
Total général	1 060 025	100,00

Source: Bulletin d'informations statistique n°31 du ministre de la PME et d'artisanat 2017 p.12.

2.3.2.5. Par région

Selon la répartition spatiale du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT), les PME (personnes morales) sont prédominantes dans le Nord et, à un degré moindre, dans les Hauts-Plateaux.

Tableau N°10 : Concentration des PME privées (personnes morales) par régionaux.

Région	Nombre de PME s1/2017	Taux de concentration (%)
--------	-----------------------	---------------------------

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

Nord	415 242	69
Haut-Plateaux	129 767	22
Sud	50 801	9
Total Général	595810	100

Source : Bulletin d'informations statistique n 31 du ministre de la PME et d'artisanat 2017 p.12.

La région du Nord regroupe, 401 231 PME, soit 69 % des PME du pays, suivie par la région des Hauts-Plateaux avec 126 051 PME soit 22%, et les régions du Sud et du Grand Sud accueillent 50 104 PME soit 9% du total.

2-3-3 Evolution de la population globale des PME

L'évolution de la population de la PME entre le 1er semestre 2016 et le 1er semestre 2017 est de 4,65 %, Pour l'évolution les PME privées personnes morales est de 3,24%.

Tableau N°11: Evolution de la population globale des PME (S1/2016 et S1/2017)

	S1 /2016	S1 /2017	L'évolution
Population globale de la PME	1 014 075	1 060 289	4,65
PME privées personnes morales	577 386	596074	3,24

Source : Bulletin d'informations statistique n 31 du ministre de la PME et d'artisanat 2017 p.13

2.3.3.1 Evolution des PME privés (personnes morales) par secteur d'activité

Le secteur où la création d'entreprise a été la plus forte entre les deux premiers semestres des exercices 2016 et 2017, reste celui de service avec 53,04%.

Tableau N°12 : Evolution des PME privées (personnes morales) par secteur d'activité (S1 2016/ S1 2017)

Secteurs d'activités	S1/2016	Part (%)	S1/2017	Part (%)	Evolution (%)
Agriculture	7 094	1,23	6392	1,07	-0.16
Hydrocarbure, énergie, mines et services liés	3 201	0,55	2843	0,48	-0.07
BTPH	169 124	29,29	1777227	29,83	0.54

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

Industrie manufacturière	99 275	17,19	92804	15,58	-1.61
Services	298 692	51,73	316044	53,04	1.31
Total Général	577 386	100,00	595810	100,00	

Source : Bulletin d'informations statistique n° 31 du ministre de la PME et d'artisanat 2017 p.13.

Le tableau N°12 indique que les secteurs Agriculture, Hydrocarbure, BTPH, Industrie manufacturière ont connu une régression à la fin du semestre 2017 par rapport à l'année 2016. Par contre le secteur de service a connu une croissance de 1.31% et secteur BTPH DE 0.54%.

Section3 : L'accompagnement et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

L'accompagnement des créateurs d'entreprises englobe les interventions de nombreux acteurs intervenant à différentes phases du projet de création et sous des modalités variées.

L'opération de création exige la mise en œuvre de processus d'accompagnement fondés sur une relation symbiotique et efficace entre l'accompagnant et l'accompagné. L'accompagnement en Algérie se pose essentiellement sur l'accompagnement procuré par l'état par les dispositifs d'accompagnement et d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC..) ce qui génère un accompagnement pas autant efficace car ses instituts englobent aussi d'autres services que l'accompagnement.

3-1-L'accompagnement

Selon Larousse, l'accompagnement désigne : « le fait d'aller avec quelqu'un, escorter, mettre en place des mesures visant à atténuer les effets négatifs sur quelqu'un ».

3-1-1 L'accompagnement entrepreneurial

L'accompagnement est vu comme un processus, au sens large du terme, qui assure à l'entrepreneur un apprentissage multi varié et continu, lui permettant de promouvoir son projet. (Cuzin, Fayolle) 2004, notent à ce sujet que l'entrepreneur va réaliser des

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

apprentissages multiples et pouvoir accéder à des ressources ou développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet.⁹

A travers cette relation, l'entrepreneur va réaliser des apprentissages multiples et pouvoir accéder à des ressources ou développer des compétences utiles à la concrétisation de son projet". Ils notent aussi que "l'accompagnement vise à permettre à l'entrepreneur d'agir par lui-même sans « faire à sa place » et donc de le rendre autonome". C'est-à-dire que l'accompagnateur va pouvoir encadrer le porteur de projet sans pour autant l'enfermer.

3-2 La fonction technique et le rôle social de l'accompagnement

Il est communément admis que l'accompagnement des créateurs d'entreprises est généralement entendu comme un processus d'aide au porteur de projet comprenant trois étapes :

L'accueil, l'accompagnement, le suivi post-crétation.

Idéalement, il vise à aider une personne ayant une idée de création d'activité afin qu'elle puisse : concrétiser son projet et devenir un chef d'entreprise autonome dans l'hypothèse où son projet de création s'avère viable, et dans le cas contraire, mettre en évidence des qualités personnelles ou professionnelles sur lesquelles cette personne pourra « rebondir » si son projet s'avère irréalisable.

Pour parvenir à cet objectif, la démarche d'accompagnement à la création d'entreprise recouvre les trois phases suivantes :

3-2-1 L'accueil

Il est un temps d'information, de sensibilisation et d'orientation ou de réorientation des porteurs d'idées. Il marque le début du traitement de l'idée et laisse une grande place à l'expression du porteur, ce dernier se présentant et exposant son projet (l'historique de l'idée, raisons de ce choix ...), puis détaillant plus ou moins la formalisation écrite du projet et les informations déjà réunies. A partir de ces données, le conseiller peut aider à la définition du produit et/ou du service, conseiller le porteur de projet sur d'autres éléments d'informations à collecter, puis détecter des besoins de formation techniques ou à la gestion. Enfin, en proposant une démarche d'accompagnement au porteur, le conseiller est amené à donner des informations détaillées au porteur sur la méthodologie de la création d'entreprise, les

⁹ ZIANE Said, professeur université Alger 2, chercheur au CREAD, Alger « L'accompagnement entrepreneurial et développement des compétences des porteurs de projets innovants ».

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

dispositifs d'aide et de soutien existants et, éventuellement, oriente le porteur vers des organismes complémentaires. Enfin, il réalise un pré diagnostic du projet.

3-2-2 L'accompagnement proprement dit

Il est généralement constitué de deux parties indépendantes : l'accompagnement au montage du projet et un accompagnement financier. Suivant la personnalité et les besoins du porteur, l'accompagnement au montage inclut des phases d'aide au mûrissement du projet, des temps de formation technique où à la gestion, et à la réalisation de l'étude de faisabilité jusqu'à la concrétisation éventuelle du projet.

Précisément, il recouvre notamment : l'appui à l'étude de marché, l'étude de faisabilité, la détection des besoins de formation encore à compléter, l'aide au chiffrage, l'aide au montage juridique, et l'appropriation par le porteur des différents éléments de son projet.

L'accompagnement financier permet d'effectuer un accompagnement bancaire du porteur de projet (mise en relation bancaire, finalisation de l'appropriation du chiffrage du projet par le porteur, voire de réaliser une expertise et une instruction du dossier pour d'autres institutions, le rapport du conseiller d'accompagnement servant de pré-crédit financière pour certains organismes dans leur décision d'attribution de subvention au porteur.

3-2-3 Le suivi post-crédit

Comprend toutes les formes d'appui au chef d'entreprise visant à l'aider à mettre en place des outils de gestion adaptée, lui apporter des conseils pour la prise de décision, l'aider à définir et à réaliser sa stratégie commerciale, insérer son entreprise au mieux dans l'environnement. La réalisation de ces missions présuppose une expertise technique de l'accompagnement pour valider la viabilité du projet. Elle souligne également son rôle social, même si certains le minimisent. Ainsi, dans son travail sur « l'accompagnement de la petite entreprise en création »¹⁰. Sammut se focalise uniquement sur des dimensions techniques et économiques.

Plus explicitement, Gianfaldoni et Ali suggèrent que les cabinets de conseil privés, lorsqu'ils font de l'accompagnement obéissent principalement à une logique « marchande » tandis qu'en mettant en place des chartes de qualité, d'autres structures privilégient momentanément la convention industrielle et entrent en tension avec les conventions civiques et domestiques plus proches de la dimension sociale de l'accompagnant.

¹⁰ S. SAMMUT : « l'accompagnement de la petite entreprise en création : entre autonomie, improvisation et créativité » 2003. .

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

3.3 Présentation des entreprises féminines créées dans le cadre des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprise en Algérie et dans la wilaya de Bejaia.

Il existe en Algérie depuis la fin des années 90, plus de Ministère des PME, des organismes gouvernementaux et des institutions spécialisées qui jouent un rôle important dans la création l'accompagnement et le développement des petites et moyennes entreprises, nous essayons de présenter dans ce qui suit les principaux dispositifs :

3.3.1. Agence Nationale de Soutien pour l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) ¹¹

Il s'agit d'un organisme national doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle vise à encourager toutes les formules menant à la reprise de l'emploi des jeunes à travers la création de micro-entreprises. Elle a été créée en 1996 et représentée à l'échelle régionale à travers des antennes. Elle est sous l'autorité du Premier ministre. En gros au modo, l'ANSEJ est chargée de :

- Mettre à la disposition des jeunes porteurs de projets toutes les informations d'ordre économique, technique, législatif et réglementaire relatives à l'exercice de leurs activités.
- Fournir des aides à l'investissement pour les jeunes porteurs de projets dans le cadre du montage financier et le suivi des prêts.
- Établir des relations permanentes avec les banques et les institutions financières dans le cadre du montage financier des projets. Cette Agence offre son soutien financier sous différentes formes : subventions financières, fiscales et parafiscales. Les subventions financières prennent la forme de prêts sans intérêt, à long terme accordés par l'Agence exonérée de paiement des intérêts.

Depuis sa mise en œuvre à la fin du 1er semestre 2017, le dispositif ANSEJ a permis, d'accompagner 332 632 entrepreneurs hommes contre 37 578 entrepreneures femmes soit un taux de féminité global de 10%. La femme entrepreneure occupe une place importante dans les activités libérales avec 45%.

**Tableau N°13 : Les entreprises créées dans le cadre l'ANSEJ
par genre et par secteur d'activité (Cumul au 30/06/2017)**

Secteurs d'activités	Projet financés	Hommes	Femmes	Taux de
----------------------	-----------------	--------	--------	---------

¹¹ www.pme-dz.com/ansej-cnac-angem/

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

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

Source : Bulletin d'information statistique n°31, p.30.

On analysant les données de ce tableau on remarque que nombre d'homme qui ont bénéficiés du programme de l'ANSEJ est plus élevé (332 632) sur (370 210) par rapport au nombre de femme qui représente (37 578) sur (370 210).

Le secteur des services, est le secteur le plus attractif pour les porteurs de projets accompagnés par l'ANSEJ depuis le lancement de ce dispositif (avec 106 288 projets) suivi du secteur de transport des marchandises avec 56530 projets, puis le secteur de l'agriculture avec 54 147 projets financés.

Le secteur de profession libérale représente le taux de féminité le plus élevé (45%).

3-3-2 Caisse National d'Assurance Chômage (CNAC) ¹²

Elle est créée en 1994, elle est destinée aux chômeurs qui satisfont les conditions d'âge entre 35 et 50 ans, notamment pour les personnes ayant perdu leurs poste d'emploi et inscrits auprès de l'Agence National de l'Emploi (ANEM) depuis au moins 6 mois. La CNAC s'est

¹² www.pme-dz.com/ansej-cnac-angem/

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

consacrée en priorité à la mise en œuvre du dispositif visant à favoriser la création d'activités de production de biens et services par les chômeurs promoteurs, dont le montant des investissements a été fixé entre deux (2) Millions et cinq (5) Millions de DA.

Tableau N°14 : Projets ANSEJ et CNAC financés par sexe et par secteurs d'activité

Secteur d'activité	ANSEG			CNAC		
	Projet financés	Dont portés par des femmes	%projets féminins	Projet financés	Dont portés par des femmes	%projets féminins
Agriculture	53 486	2 432	4,5	16 548	1 905	11,5
Artisanat	42 513	7 255	17,1	11 130	2 459	22,1
Construction	32 405	716	2,2	8 225	195	2,4
Industrie	32 996	3 540	10,7	11 147	2 273	20,4
Profession libérales	9 198	4 060	44,2	778	336	43,2
Services	104 947	17 058	16,3	29 526	5 035	17,1
Transport	88 900	1 579	1,8	58 019	847	1,5
Total	364 445	36 643	10,1	135 373	13 050	9,6

Source : Bulletin d'information statistique n°31, p.30.

En analysant le tableau N°14 concernant les secteurs financés par les dispositifs publics, créés dans le cadre de la lutte contre le chômage et l'exclusion sociale par l'Agence Nationale pour l'appui à l'emploi des Jeunes (ANSEJ) et la Caisse National Assurance-Chômage (CNAC), nous constatons que parmi les 364 445 projets financés par l'ANSEJ, seulement 36 643 entreprises (10,1%) ont été portés par des femmes et que presque le même taux existe pour la CNAC, (soit 9,64% de tous les projets financés).

3-3-3 Agence Nationale de Gestion des Microcrédits (ANGEM) ¹³

Elle est entrée en vigueur en 2004. Elle est destinée à garantir les prêts accordés par les banques et les institutions financières pour les bénéficiaires de microcrédit (citoyens qui ont de 18 ans et plus sans revenus et/ou de petits revenus instables et irréguliers, leur permettant l'achat d'un petit équipement ou de matière pour exercer une activité ou un métier). Elle vise à leur intégration économique et sociale à travers la création d'activité de production de biens et services, y compris à domicile, dont le montant des investissements est

¹³ www.pme-dz.com/ansej-cnac-angem/

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

fixé à 50 000 DA minimum, et ne serait pas dépasser les 400 000 DA, remboursable dans un délai de 12 à 60 mois (1 à 5 ans).

Tableau N°15: Répartition des crédits octroyés par l'ANGEM par sexe et produit

	Nombre total de bénéficiaires	Nombre de femme bénéficiaires	%	Nombre d'emploi créé par des femmes
Financement AMP	713 304	478 817	67,13	718 226
Financement projet	77 117	14 102	18,29	1 153
Total	790 241	492 919	62,38	739 379

Source : Bulletin d'information statistique n°31, p.31.

Les statistiques présentées dans le tableau 15 montrent un pourcentage plus important des femmes bénéficiaire de ces services. En effet, sur les 790 241 projets financés par l'ANGEM, 492 919 sont octroyés à des femmes représentant un 62,38% du total des financements octroyés. Ces éléments font apparaître une autre dimension de l'entrepreneuriat féminin. En effet, pour les microcrédits destinés à l'achat de matières premières la présence de la femme est très importante, (67,13%) cependant, selon l'analyse faite par Remaoum et Charmes (op. citée) pour la seconde catégorie, et lorsque les femmes doivent s'engager avec des banques et payer des intérêts, les femmes ne représentent plus que 18,29% des bénéficiaires. Etant donné l'écart dans les pourcentages de femmes entre le premier produit et le deuxième, il est possible de conclure que l'offre des services financiers par l'ANGEM peut encore être adaptée d'avantage aux besoins et aux réalités des femmes mais aussi leur venir mieux soutenir pour ne pas rester dans un stade de subsistance.

Tableau N°16 : Répartition des entreprises créées dans le cadre de l'ANGEM par secteurs d'activités

Secteurs d'activité	Nombre de prêts octroyés	Nombre de femme bénéficiaires	Parts (%) de femmes
Agriculture	111 758	31 229	27,94
Très petite industrie	305 265	272 963	89,42

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

(TPI)			
Bâtiments et travaux publics (BTP)	67 321	5 231	7,77
Services	164 716	59 725	36,26
Artisanat	137 538	123 332	89,67
Commerce	3 039	385	12,67
Pêche	784	54	6,89
Total	790 421	49 2919	62,36

Source: Bulletin d'information statistique n°31

Le tableau N°16 montre que pour les femmes, la plus grande partie des crédits octroyés par l'ANGEM vont pour financer des projets dans les TPI et l'artisanat avec plus de 90% de ces crédits allant à des femmes. Par contre, dans les services, le deuxième secteur quant au nombre de crédits octroyés, les femmes ne représentent qu'un tiers des bénéficiaires. En fin, le secteur où l'ANGEM registre le taux le plus bas de crédits octroyés aux femmes est dans le secteur de la pêche.

Quant à l'âge, les statistiques de l'ANGEM montrent que presque 70% des femmes bénéficiaires de l'ANGEM ont 40 ans ou moins lors de l'octroi du crédit: ce sont les plus jeunes qui optent pour le dispositif ANGEM. Il faut souligner aussi que 50% des bénéficiaires des financements ANGEM ont le niveau de l'école moyenne (entre 6 et 9 ans d'études) Le nombre de femmes diplômées universitaires qui s'orientent vers l'ANGEM est de seulement 4,08%.

3.3.2. Présentation des entreprises féminines créées dans le cadre des dispositifs ANGEM, CNAC, ANSEJ, ANDI de la wilaya d Bejaia.

Nous avons pu consulter quelques documents et récolter des données touchant au sexe féminin par les dispositifs d'aide à la création d'entreprises de la wilaya de Bejaia (ANSEJ, ANGEM, ANDI, CNAC). Qui sont présentés comme suit :

2-1 Dans le cadre de dispositif ANGEM

Tableau N°17 : Répartition des femmes selon le niveau d'instruction

Niveau	Répartition des femmes selon leur niveau d'instruction	Total
--------	--	-------

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

d'instruction	2013	2014	2015	2016	2017	
Primaire	279	377	276	73	187	1192
Moyen	637	766	561	140	378	2482
Secondaire	205	348	280	73	197	1103
Universitaire	32	67	55	20	76	250
Sans	329	625	592	120	209	1875
Total.G	1482	2183	1764	426	1047	6902

Source : Etabli par nous-mêmes a partir des données de l'ANGEM de la wilaya de Bejaia.

La lecture de tableau N°17 montre le niveau d'instruction des femmes financées par le dispositif ANGEM de la wilaya de Béjaia. Nous constatons que les femmes ayant un niveau moyen sont les plus incitées à entreprendre, avec un effectif de 2482 projet. Suivant ainsi les femmes sans instruction avec 1875 projet, puis de femmes ayant respectivement un niveau primaire, universitaires avec 1192 et 250 projets

Tableau N°18: Répartition de projets créés par les femmes selon le secteur d'activité

Secteur d'activité	Répartition de projets créés par les femmes					Total secteurs
	2013	2014	2015	2016	2017	
Agriculture	20	182	142	36	55	435
Industrie	1151	1867	1438	325	893	5674
Service	60	72	66	26	51	275
BTP	1	0	0	0	0	1
Artisanat	149	56	79	27	38	349
Commerce	1	6	12	12	6	41
Pêche	0	0	0	0	0	0
Total.	1382	2183	1737	426	1043	6775

Source : établi par nous même à partir de l'exploitation des données de l'ANGEM de la wilaya de Bejaia.

Dans le tableau N°18, nous remarquons que le nombre de projets créés par les femmes dans le cadre de dispositif ANGEM de la wilaya de Bejaia durant les 5 dernières années (2013-2017) est de 6775 projets, A travers le profil de ces femmes qui ont bénéficié du financement des projets ANGEM, nous constatons que ces femmes sont toujours présentes dans l'industrie avec 5674 projet. Elles ont même dépassé le nombre de femmes entrepreneures activant dans d'autres secteurs, en l'occurrence l'agriculture (435 projets),

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

l'artisanat (349 projets), les services (275 projets), le BTP avec seulement un seul projet et enfin la pêche (inexistant).

2-2 Dans le cadre de dispositif CNAC

Tableau N°19 : Répartition des projets financés par CNAC par commune selon le genre féminin entre (2013- 2017)

Nombre de communes	Nombre de projets
52	248

Source : Etabli par nous –même a partir des données de CNAC de la wilaya de Bejaia.

Le tableau N°19 représente les données obtenues dans le cadre du dispositif CNAC de la wilaya de Bejaia concerne le nombre de micros entreprises créées par les femmes dans toutes les communes de la wilaya de Bejaia, qui représente 248 entreprises.

Tableau N°20: Répartition des projets financés par CNAC au genre féminin selon le secteur d'activité (2013-2017)

	Nombre de projets créés par les femmes					Total secteurs
	2013	2014	2015	2016	2017	
Agriculture	4	4	5	1	4	18
Pêche	0	0	0	0	0	0
Artisanat	9	20	24	26	9	88
Service	32	18	20	12	12	94
BTP	0	0	0	2	0	2
Industrie	18	10	3	10	4	45
Transport	2	0	0	0	0	2
Total	65	52	52	51	29	249

Source : Etabli par nous-mêmes a partir des données de CNAC de la wilaya de Bejaia.

D'après le tableau N°20 nous constatons que le secteur de services est le principal secteur financé par la CNAC avec 94 projets, suivi par le secteur d'artisanat avec 88 projets, et le secteur d'industrie avec 45 projets, ce dernier a connu une diminution durant les 5 années il a passé de 18 projets en 2013 a 4 projets seulement en 2017.vient ensuite le secteur de transport et de BTP ,avec seulement deux projets pour les deux, le secteur de pêche est exclu.

2-3 Dans le cadre de dispositif ANSEJ

Tableau N°21: Répartition des projets financés par ANSEJ au genre féminin selon le secteur d'activité (2013-2017)

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

Secteur d'activité	Nombre de projets créés par les femmes					Total secteurs
	2013	2014	2015	2016	2017	
Service	46	30	23	17	15	131
Artisanat	17	11	11	2	0	41
Agriculture	6	4	2	2	0	14
Transport	4	0	0	0	0	4
Industrie	23	26	20	8	4	81
BTPH	3	8	4	2	4	21
Pêche	0	0	0	0	0	0
Profession libérale	26	32	14	26	13	111
Maintenance	0	0	0	0	0	0
Hydraulique	0	1	3	0	1	5
Total	125	112	77	57	37	408

Source : Etabli par nous-mêmes a partir des données de l'ANSEJ de la wilaya de Bejaia.

A travers l'interprétation du tableau N°21, on constate que les femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia, financées par le dispositif ANSEJ sont beaucoup plus orientées vers le secteur de services, avec une présence escomptée a 131 projets pendant la période allant de 2013 a 2017, malgré la diminution remarquable de ce secteur pendant ces 5 dernières années il reste au bout de la liste, vient ensuite le secteur de profession libérale avec 111 projets.

Tableau N°22 : de projets financés au niveau de l'ANSEJ par sexe durant les 5 dernières années (2013-2017)

Secteur d'activité	Nombre d'entreprises financées	Sexe du gérant		Taux de féminité
		Masculin	Féminin	
Service	1059	922	131	12,37%
Artisanat	513	472	41	7,99%

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

Agriculture	297	283	14	4,71%
Transport	196	192	4	2,04%
Industrie	813	752	81	9,96%
BTP	1547	1526	21	1,37%
Pêche	13	13	0	0%
Profession libérale	293	182	111	37,88%
Maintenance	9	9	0	0%
Hydraulique	77	72	5	6,4%
Total	4817	4423	394	

Source : Etabli par nous-mêmes a partir des données de l'ANSEJ.

Le tableau N°22 représente des taux faibles de nombre d'entreprises financés par les femmes entrepreneures, le secteur de profession libérale avec 37,88% (le taux de féminité le plus élevé), le secteur de service avec 12,37%, puis les secteurs industrie, hydraulique, artisanat, agriculture, transport avec des taux de 9,96%, 6,4%, 4,71%, 2,04% respectivement vient ensuite le secteur de BTP avec un taux de 1,37% (le taux de féminité le plus faible). Il existe même des secteurs où la femme est carrément exclue. (Secteur de pêche et de maintenance).

D'après l'évaluation de tableau N°55 Nous pouvons conclure que les femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia encadrés par le dispositif ANSEJ durant les 5 dernières années (2013-2017) s'orientent beaucoup plus aux secteurs de profession libérale avec un taux de 37,88% et secteur de service avec 12,37% mais restent peu nombreuses par rapport aux hommes.

Conclusion

Notre présentation sur l'évolution de l'économie algérienne montre que, globalement, l'Algérie, après son indépendance, se caractérise par deux grandes périodes en matière d'itinéraire économique. Celle de 1962-1988 qui est une phase de développement étatique planifiée, avait mis en place un modèle de développement national autonome et autocentré, et celle de transition vers l'économie de marché. Les réformes de la prise en

Chapitre II : Etat des lieux des entreprises créées par les femmes en Algérie

conscience de l'état du rôle de l'entrepreneur et de la PME durant la dernière phase a libéré l'initiative privée.

En principal nous avons avancé notre analyse dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin, selon le rapport régional GEM-MOAN, la part des femmes dans l'activité entrepreneuriale en 2009 est de 39,8 %, le taux de création des entreprises dirigées par des femmes est très faible au niveau de l'ensemble des organismes.(ANSEG-ANGEM-CANC) En plus, les entreprises créées par des femmes activent pour la plupart dans le domaine des services. De même, elles sont d'une très petite taille.

Les résultats obtenus du dispositif ANGEM de la wilaya de Bejaia désignent que la majorité des femmes entrepreneures ayant un niveau moyen sont les plus incitées à entreprendre et le secteur le plus attiré c'est le secteur d'industrie.

Les données obtenus dans le cadre de CNAC de la wilaya de Bejaia désignent que le secteur de service est le principal secteur financé suivi par le secteur d'artisanat.

Ce chapitre nous a permis de conclure que les recherches algériennes dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin restent très limitées et les formes d'aide au développement et à l'encouragement de la création des entreprises féminines ne sont guère disponibles. Cependant, il est dans l'intérêt de l'économie algérienne de les développer afin d'accroître la richesse économique du pays.

Chapitre III

Introduction

Le présent chapitre a pour objectif d'une présentation de la méthodologie utilisée lors de l'enquête. Pour cette dernière, nous allons expliquer notre démarche concernant l'objectif de l'enquête, la taille et le choix de l'échantillon, le déroulement de l'enquête, les instruments de collecte de données dans la première section. Ensuite nous allons présenter dans la deuxième section l'analyse des résultats obtenus d'après l'enquête de terrain effectuée par questionnaire auprès des femmes entrepreneures de quelques communes de la wilaya de Bejaia encadrés par le dispositif ANSEJ.

Section1 : Présentation de la méthodologie de l'enquête

1-1 La méthodologie de l'enquête

1-1-1 Objectif de l'enquête

Nous avons élaboré un questionnaire de quarante questions réparties en 4 axes et cela dans le but de cerner un maximum d'informations liées à l'activité féminine afin de mener à bien notre enquête.

Axe1 : Le profil de l'entreprise féminine

Dans ce premier axe, il s'agit de recueillir des données générales sur l'entreprise féminine, à savoir sa date de création, son siège social, son statut juridique, et son secteur d'activité.

Axe2 : Le profil de la femme entrepreneure

Le deuxième axe est spécifique à l'entrepreneure elle-même, ce sont des données générales sur l'enquêtée telles que son âge, sa situation familiale, son niveau d'instruction, cet axe a pour but de savoir quelle est l'influence de ces éléments sur le choix de création d'entreprise.

Axe3 : Les obstacles et motivations à entreprendre

Le troisième axe est relatif à l'identification des obstacles et les motivations à entreprendre.

Axe4 : L'accompagnement et le financement par le dispositif ANSEJ

Dans le quatrième et le dernier axe nous avons mis l'accent sur les opinions des femmes enquêtées sur le dispositif ANSEJ.

1-1-2 la taille et le choix de l'échantillon

La constitution de l'échantillon a été faite sur la base d'une liste de 30 femmes entrepreneures. L'identification de notre échantillon (des femmes entrepreneures à enquêter) a été faite via des relations personnelles. Sur les 30 questionnaires distribués au près des femmes entrepreneures identifiées, nous avons pu récupérer 25 questionnaires, ce qui représente un taux de réponse de 83.33%.

Le choix de l'échantillon a été fait à base de deux principaux aspects :

- un aspect sectoriel, ou nous avons pris en considération l'ensemble des secteurs financés par le dispositif ANSEJ.
- un aspect spatial, ou nous avons pris en considération la situation géographique des entreprises les plus proches de la commune de Bejaia.

Les résultats de l'enquête sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau N°23 : Résultats de l'enquête

Objet	Total
Echantillon	30
Questionnaire distribués	30
Questionnaires récupérés	25
Taux de réponse	83,33%
Questionnaire exploitable	25

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

1.1.3 Le déroulement de l'enquête

Notre enquête de terrain a été entamée dès le mois de Mai 2018. Nous avons réalisé la remise de questionnaire par nous même pour toutes les entreprises.

Toute fois, il est à noter que le nombre de 30 entrepreneures visé n'as pas été atteint a cause d'un certain nombre de difficultés qui ont entravé notre enquête, le problème réside au niveau de l'agence qui refuse de mettre a notre disposition en tant que étudiants les donnés dont elle dispose concernant les femmes entrepreneures par la suite ona cherché par nous même ce qui a pris beaucoup de temps, et lorsque ona distribué les 30 questionnaires ona pu récupérer que 25,les 5 autres femmes entrepreneures n'ont pas accepté de nous répondre parce qu'elles possèdent pas de temps ou par la non disponibilité ou encore par la raison que leur travail reste intime et confidentielle .De toute façons les statistiques publiées par les différents organismes d'accompagnement et d'aide à la création d'entreprise restent

incomplètes du moment que les statistiques touchant au sexe féminin ne sont toujours pas disponibles ou trop rares, ce qui a encore rendu notre tâche difficile.

1.1.4 Les instruments de récolte de données

1.1.4.1 Le questionnaire : un instrument principale de récolte de données : le questionnaire qui a pour objectifs de récolter des données quantitatives. Notre questionnaire contient des questions fermées à choix unique et à choix multiples et des questions ouvertes.

Séction2 : Analyse des résultats de l'enquête

2.1. Le profil de l'entreprise féminine

Tableau N°24 : Le siège social de l'entreprise

Commune	Fréquence	Part en %
Bejaia	15	60 /100
Amizour	2	8/100
Elkseur	3	12/100
Kharata	5	20/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

D'après le tableau N°24 la commune de Bejaia a enregistré un taux de 60% de la totalité des réponses, puis a la deuxième position la commune de Kharata avec un taux de 20%, vient ensuite la commune de Elkseur avec un taux 12% et enfin la commune d'Amizour avec 8%.

Tableau N°25 : Le statut juridique de l'entreprise

Statut juridique	Fréquence	Part en %
SARL	0	0/100
SNC	0	0/100
EURL	3	12/100
SPA	0	0/100
E.INDIVIDUELLE	22	88/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°25 nous montre que la plupart des femmes entrepreneures enquêtées ont choisi pour leur entreprise, le statut d'entreprise individuelle soit un pourcentage de 88%, cette forme juridique est répondue généralement dans les activités de services et des professions libérales.

Tableau N°26 : Le secteur d'activité de l'entreprise féminine

Secteur d'activité	Fréquence	Part en %
Industrie	3	12/100
Agricole	0	0/100
Artisanale	4	16/100
Commerce	0	0/100
Service	7	28/100
Profession libérale	11	44/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°26 Pour la répartition des entreprises féminines par secteur d'activité, nous avons les secteurs de profession libérale et de service les deux secteurs les plus dominants avec des pourcentages de 44%,28% respectivement, vient ensuite en 3^{ème} position le secteur artisanale avec un taux de 16%, il est à souligner que les femmes exerçant dans l'artisanat n'ont pas un niveau d'instruction très élevé c'est pour cette raison qu'elles s'orientent vers ce secteur.

Tableau N°27 : La taille de l'entreprise féminine

La taille de l'entreprise	Fréquence	Part en %
Micro-entreprise (1 à 9 salariés)	22	88/100
Petite entreprise (10 à 49 salariés)	3	12/100
Moyenne entreprise (49 à 250 salariés)	0	0/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°27 nous montre que la taille de l'entreprise la plus répandue est la micro entreprise avec 88%, Vient en deuxième lieu la petite entreprise avec 12%.Cela peut s'expliquer que ces femmes entrepreneures souhaite d'entrer dans les affaires des petits épargnants, elles ne cherchent pas a grandir leur entreprises mais elles cherchent seulement à satisfaire leur besoin du moment que la femme entrepreneure dispose de deux grandes responsabilités celle de l'entreprise et celle de la famille.

2.2. Profil de la femme entrepreneure enquêtée

Tableau N°28 : L'âge des femmes entrepreneures enquêtées

Age	Fréquence	Pourcentage
19-30	5	20/100
30-35	15	60/100
35-40	5	20/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête

En ce qui concerne l'âge des femmes entrepreneures le tableau N°28 illustre que la catégorie la plus importante est celle comprise entre 30 et 35 ans, avec un pourcentage de 60%.

La deuxième catégorie d'âge de femmes est celle des femmes relativement jeune entre 19 et 30 ans, avec une part de 20% des femmes rencontrés, en suite la troisième catégorie celles dont l'âge est compris entre 35 et 40 ans avec une part de 20% de la totalité.

A partir de tableau N°28, nous constatons que les femmes entrepreneures ayant répondu à notre enquête ont en majorité plus de 30 ans (80% soient 20 femmes sur 25). Cela peut s'expliquer par le fait que ces femmes ne se lancent pas dans l'aventure de création d'entreprises qu'après avoir acquis une certaine expérience dans le domaine

Tableau N°29 : La situation familiale des femmes entrepreneures enquêtées

Situations familiales	Fréquence	Part %
Célibataire	15	60/100
Mariée sans enfants	5	20/100
Mariée avec enfants	3	12/100
Divorcée	2	8/100
Veuve	0	0/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°29 démontre que la majorité des entrepreneures sont célibataires soit 60%, un pourcentage qui est trop élevé par rapport a celle qui sont mariées sans enfants (20%) et 12 % entre elles mariées avec enfants, 8% sont divorcées et aucune entres elle est veuve.

Chapitre III : L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par le dispositif ANSEJ

Tableau N°30: Le niveau d'instruction des femmes entrepreneures enquêtées

Niveau d'instruction	Fréquence	Part en %
Primaire	0	0/100
Secondaire	4	16/100
Moyen	1	4/100
Supérieur	10	40/100
Formation professionnelle	10	40/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

D'après le tableau N°30 nous remarquons que la majorité des femmes entrepreneures enquêtées ont un niveau supérieur ou une formation professionnelle avec des pourcentages de 40% pour les deux niveaux. Puis en deuxième lieu celles qui ont un niveau secondaire avec une part de 16% et vient ensuite les femmes qui ont un niveau moyen avec 4%, le niveau d'instruction primaire est exclu dans. La catégorie des femmes entrepreneures qui ont un niveau moyen ou primaire représente des pourcentages très faibles, cela peut s'expliquer par le fait que leur niveau d'instruction ne leur permet pas de créer leur propre entreprise.

Tableau N°31: Le statut le plus répandant dans l'entreprise féminine

Statut	Fréquence	Part en %
Propriétaire	4	16/100
Gérante	1	4/100
Propriétaire / Gérante	20	80/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°31 démontre que toutes les femmes enquêtées sont à la fois propriétaires et gérantes ces résultats peut être s'expliquent par l'envi de ces entrepreneures d'avoir leur autonomie financière.

Tableau N°32: La formation suivi après la création de l'entreprise

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	1	4/100
Non	24	96/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°32 illustre que ya une seule femme parmi les 25 enquêtés qui a suivi une formation après la création de son entreprise, et elle a précisé que la formation était dans un laboratoire sachant qu'elle est dans le domaine, si non pour les 24 autres entrepreneures n'ont

pas suivi des formations, cela peut s'expliquer que celles-ci font partie de celles qui ont une vision à court terme.

2.3. Les obstacles et les motivations à entreprendre

Tableau N°33 : Les motivations pour entreprendre

Motivations	Fréquence	Part en %
Besoin d'autonomie professionnelle	10	40/100
Besoin d'accomplissement personnel	3	12/100
Désir d'organiser le travail soi-même	11	44/100
Relever un défi	0	0/100
Croyance en un produit/service	0	0/100
Raisons familiales	1	4/100
Influences de l'entourage	0	0/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Selon le tableau N°33, parmi les sources de motivations à la création d'une entreprise, le souhait d'organiser le travail soi-même avec une part de 44%, le besoin d'autonomie professionnelle avec une part de 40%, et le besoin d'accomplissement personnel avec une part de 12%. Il s'agit d'une minorité entre elles environ 4% qui sont motivées par le besoin et les raisons familiales.

Tableau N°34 : Encouragement des femmes entrepreneures enquêtées à la création de l'entreprise par leur entourage (famille, amis, professeur...)

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	5	20/100
Non	20	80/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Au niveau de tableau N°34, nous remarquons que la majorité des femmes entrepreneures enquêtées ont répondu par non d'une part de 80% et ya que 20% de la totalité qui sont encouragées par leur entourage, nous pouvons conclure d'après le tableau N°27 et le tableau N°28 que le facteur social et culturel sont des facteurs démotivants qui n'aides pas et encourage pas la femme algérienne à se lancer dans un projet ou créer sa propre entreprise.

Tableau N°35 : Les obstacles majeurs que rencontrent les femmes entrepreneures en Algérie

Obstacles	Fréquence	Part en %
Contraintes sociales	6	24/100
Manque des organismes de soutien et d'accompagnement destinés aux femmes entrepreneures	15	60/100
Manque de confiance en soit	0	0/100
Contraintes culturelles	4	16/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Dans le tableau N°35, nous remarquons que 60% des entrepreneures ont déclaré que les principaux obstacles que rencontrent les femmes entrepreneures algériennes c'est le manque d'organismes de soutien et d'accompagnement destinées aux femmes entrepreneures, 24% disent que ce sont les contraintes sociales, 16% déclarent que les obstacles sont au niveau culturel et enfin le manque de confiance en soi représente 0%.

Nous constatons d'après ces déclarations que le majeur problème que rencontre la femme entrepreneure algérienne aujourd'hui est le manque d'organismes qui sont destinés uniquement pour les femmes, l'état et les politiques publiques encouragent pas les femmes a entreprendre et sa revient peut être aux traditions, a la culture, a la société qui disent que la place de la femme est chez soi et que seuls les hommes qui sont capables de gérer une entreprise. En effet l'état ne risque pas de financer ce genre de projets féminins ou plutôt créer des organismes destinés seulement aux femmes.

Tableau N°36 : En Algérie les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes en tant que propriétaire d'entreprise

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	20	80/100
Non	5	20/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Les résultats exposés dans le tableau N°36 indique que 80% des femmes interrogées se sentent que la femme en Algérie est désavantagée par rapport à l'homme.

Tableau N°37: La création d'entreprise par une femme en Algérie

Réponse	Fréquence	Part en %
Défi	7	28/100
Opportunité	15	60/100
Contrainte	3	12/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

D'après le tableau N°37 la création de l'entreprise d'après les femmes enquêtées relève pour 60% d'entre elles que c'est une opportunité.

2. 4 L'accompagnement et le financement dans le cadre de l'ANSEJ

Tableau N°38 : La recherche de l'information sur le dispositif ANSEJ par les femmes enquêtées

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	21	84/100
Non	4	16/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

D'après le tableau N°38, démontre que 84% des femmes enquêtées c'est eux même qui se sont renseignées sur le dispositif ANSEJ et les 16% autres ont pris de l'information à l'aide de leur connaissances et leur famille.

- Le choix de dispositif ANSEJ

A la réponse à la question de savoir quelle est la raison de choisir le dispositif ANSEJ, plus de 70% des femmes interrogées ont déclaré que la première raison de choisir le dispositif ANSEJ c'est par rapport au financement, c'est l'un des facteurs qui a motivé les femmes interrogées à s'inscrire dans cette agence.

Voici deux illustrations des enquêtées

« On paye par tranche en plus après 3 ans pour la banque, à partir de la 9^{ème} année pour l'ANSEJ ».

« L'apport personnelle représente seulement 1% de total de crédit, la durée de remboursement est bien suffisante et encore l'exonération des impôts pour les trois premières années de démarrage de l'activité »

Elles considèrent le dispositif ANSEJ comme une opportunité exploitable et jouent positivement sur leur intention entrepreneuriales.

Chapitre III : L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par le dispositif ANSEJ

Tableau N°39: La création d'entreprise féminine sans l'existence de dispositif ANSEJ

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	17	76/100
Non	8	24/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°39 démontre, plus de la moitié des enquêtées affirment qu'elles sont capables de créer leur entreprises, même sans accompagnement de l'ANSEJ elles auraient pu se lancer, en soulignant que la plupart de ces femmes ont un niveau d'instruction supérieur.

Tableau N°40 : L'accueil et les premières informations fournies par l'ANSEJ et ses différents services

Réponse	Fréquence	Part en %
Pas bien	2	8/100
bien	18	72/100
Excellent	5	20/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

72% des femmes estiment que l'accueil et les renseignements fournis par l'organisme de l'ANSEJ et ses différents services sont bien au niveau demandé d'après le tableau N°40.

Tableau N°41 : Les déterminants de choix de secteur d'activité

Réponse	Fréquence	Part en %
Expérience dans le domaine	20	80/100
Fort taux de rentabilité	2	8/100
Pas de concurrents	3	12/100
Secteur porteur a long terme	0	0/100
Selon la disponibilité	0	0/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Tableau N°41 indique que le choix de secteur d'activité pour 80% des femmes enquêtés a été déterminé par leur expérience dans le domaine et non pas par le manque de la concurrence ou par le fort taux de rentabilité qui représentent 12% ,8% respectivement. Et sa s'explique que les femmes entrepreneures enquêtés mettent l'expérience au début de leur choix.

Chapitre III : L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par le dispositif ANSEJ

Tableau N°42: Orientation de choix de secteur d'activité par le dispositif ANSEJ

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	4	16/100
Non	21	84/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°42 indique que seulement 16% des femmes entrepreneures qui sont orientées par le dispositif ANSEJ et le reste c'est leur choix personnelle, on peut dire que ces dernières ont bien étudié l'idée de leur projet et ont bien visé leur objectifs.

Tableau N°43 : Le degré de satisfaction de choix de création d'entreprise dans le cadre de l'ANSEJ

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Très satisfait	5	20/100
Assez satisfait	15	60/100
Peu satisfait	3	12/100
Pas satisfait	2	8/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

D'après le tableau N°43 plus de la moitié des entrepreneures enquêtées estiment que le choix de création de leurs entreprises est Assez satisfaisant, et seulement 8% d'entre elles qui ne sont pas satisfaisantes de leur choix.

Tableau N°44: Jugement de la procédure poursuivie lors de la création de l'entreprise féminine dans le cadre de l'ANSEJ

La durée	Fréquence	Part en %
Longue	19	76/100
Réduite	0	0/100
Moyenne	6	24/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

76% des femmes enquêtées réclament sur la lenteur de la procédure poursuivie lors de la création de l'entreprise dans le cadre de l'ANSEJ, et 24% déclarent que la durée de la procédure est moyenne.

Chapitre III : L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par le dispositif ANSEJ

Tableau N°45: Les principaux obstacles rencontrés au démarrage de l'activité

Obstacles	Fréquence	Part en %
Surplus des charges administratives	2	8/100
Accès au financement	5	5/100
Trouver un local	10	60/100
Trouver des clients	3	12/100
Peur de risque	0	0/100
Manque de compétences/connaissances spécifiques	0	0/100
Manque de soutien de la part de l'entourage	5	20/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

En analysant le tableau N° 45 ,60% des femmes enquêtées affirment la difficulté de trouver un local, 20% par le manque de soutien de la part de l'entourage, 12% trouve que le manque des clients au démarrage de leur activité est le principal obstacle, vient ensuite la difficulté de la lenteur des procédures administrative l'accès au financement avec des taux 8% ,5% respectivement.

Tableau N°46: Obtention du financement voulu

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	21	84/100
Non	4	16/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

A la question avez-vous obtenu le financement dont vous aviez besoin, 84% des femmes enquêtées ont répondu par oui, on constate que la majorité des entreprises créées ont bénéficiés des crédits voulu.

Tableau N°47: La réussite de l'entreprise féminine dans le cadre de l'ANSEJ

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	25	100/100
Non	0	0/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Chapitre III : L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par le dispositif ANSEJ

La lecture de tableau N°47 démontre que toutes les femmes interrogées affirment qu'elles ont réussi leur entreprise.

Tableau N°48 : Le regret de créer l'entreprise féminine dans le cadre de l'ANSEJ

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	0	0/100
Non	25	100/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°48 toutes les femmes enquêtées déclarent qu'elles n'ont pas regretté d'avoir créer leur entreprise dans le cadre de dispositif ANSEJ.

Tableau N°49 : Le dispositif ANSEJ facilite aux femmes la création de leur entreprise

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	22	88/100
Non	3	12/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

88% des femmes enquêtées sont convaincues que le dispositif ANSEJ facilite aux femmes la création de leur entreprise.

Tableau N°50 : Les hommes obtiennent plus facilement des crédits que les femmes

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	1	4/100
Non	24	96/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

En analysant le tableau N°50,96% des femmes enquêtées qui infirment les inégalités entre les femmes et les hommes à propos de l'obtention des crédits dans le cadre de l'ANSEJ et une proportion très faible (4%) qui affirment que se sont les hommes qui obtiennent facilement des crédits par rapport aux femmes.

Tableau N°51: La confrontation à la discrimination du fait que vous êtes femmes

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	0	0/100
Non	25	100/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Chapitre III : L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par le dispositif ANSEJ

Toutes les femmes enquêtées dans le cadre de dispositif ANSEJ ne se voient pas confrontées à la discrimination du fait qu'elles sont femmes.

Tableau N°52 : La durée de remboursement de dettes est suffisante

Type de réponse	Fréquence	Part en %
Oui	22	88/100
Non	3	12/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

D'après le tableau N°52 ,88% des enquêtées ont déclaré que la durée que l'ANSEJ leur a donné pour rembourser leur dettes est bien suffisante.

Tableau N°53: Le degré de satisfaction des femmes entrepreneures enquêtées de l'accompagnement dans le cadre de l'ANSEJ

Le degré de satisfaction	Fréquence	Part en %
Très satisfait	2	8/100
Satisfait	8	32/100
Pas satisfait	15	60/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

60% des entrepreneures ne sont pas satisfaites de l'accompagnement au niveau du dispositif ANSEJ, 32% sont satisfaites et 8% sont très satisfaites d'après le tableau N°53.

Tableau N°54: Les services de l'ANSEG les plus satisfaisants par les femmes entrepreneures enquêtées

Type de réponse	Fréquence	Part en %
L'accueil et l'information	18	72/100
L'orientation et le conseil	4	16/100
La formation	2	8/100
L'accompagnement et le suivi	1	4/100

Source : Etabli par nous- même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°54 illustre que 72% des femmes interrogées sont satisfaites de service accueil et information, 16% sont satisfaites de l'orientation et le conseil, 8% de la formation, et seulement 4% de service accompagnement et suivi.

Tableau N°55: Le rôle des avantages disponibles chez le dispositif ANSEJ dans le développement de l'intention entrepreneuriale chez les femmes enquêtées

Réponse	Fréquence	Part en %
L'accompagnement	1	4/100
Le soutien	4	16/100
Les aides financières	11	44/100
Les avantages fiscaux	9	36/100

Source : Etabli par nous même à partir des résultats de l'enquête.

Le tableau N°55 indique une forte intention entrepreneuriale chez les femmes entrepreneures enquêtées par les aides financières avec 44% et les avantages fiscaux avec 36% par contre le soutien et l'accompagnement représentent que 16%,4% respectivement de la population enquêtés.

- Les meilleurs conseils des femmes enquêtées à la porteuse de projet pour l'aider à créer son entreprise.

Les conseils des femmes entrepreneures enquêtées sont résumés comme suit :

- « Entourez-vous des meilleurs ».
- « Ayez toujours confiance en vous ».
- « Ne baissez jamais les bras».
- « Osez, n'écoutez pas les gens qui disent 'tu ne pourras pas'... Faites le pas et vous verrez bien. ».
- « Soyez optimistes ».
- « Aimez ce que vous faites ».
- « Croyez en vous et a votre idée de projet ».
- « renseignez-vous bien de toute chose que vous faites ».
- « soyez sure et responsable, la vie de l'entrepreneure en Algérie n'est pas facile ».
- « Prenez les conseils des gens expert dans votre domaine avant de faire un pas, c'est important ».
- « Apprenez à accepter l'échec ».
- « Avant de vous engagez dans un projet faut avoir un minimum d'expérience, le diplôme sa ne sert a rien ».

Voila ce que sa résume les conseils des femmes entrepreneures enquêtées aux femmes qui veulent créer leur entreprises, la plupart d'entre elles sont des femmes optimistes,

courageuses, motivées malgré la situation de la femme entrepreneure en Algérie et dans la wilaya de Bejaia en particulier.

-Les propositions des femmes enquêtées à l'ANSEJ pour améliorer ses prestations

La moitié des femmes entrepreneures enquêtées environs 50% proposent de faciliter la paperasse et réduire la durée de la procédure administrative. 50% autres souhaitent de donner plus d'importance à l'entrepreneuriat féminin par l'existence d'un model unique et efficace de l'accompagnement destiné aux femmes entrepreneures uniquement.

-L'impression générale des femmes enquêtées sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia

A propos de leur impression générale sur l'entrepreneuriat féminin, une grande partie d'entres elles ont une vision positive sur l'avenir de la femme entrepreneure de la wilaya de Bejaia, malgré les échecs qu'elle rencontre.

Les femmes entrepreneures interrogées trouvent que l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia est dans la bonne voie, et de plus en plus évolue par rapport aux années précédentes.

Conclusion

Ce chapitre nous a permis de présenter l'enquête réalisée de phénomène de l'entrepreneuriat féminin dans quelques communes de la wilaya de Bejaia a travers le dispositif ANSEJ.

D'après les résultats de notre enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures encadrées par le dispositif ANSEJ, le profil des entrepreneures propriétaires des entreprises féminines interrogées, nous indique qu'elles sont majoritairement à la fois propriétaire et gérantes et qui dépasses 30ans, sont célibataires, leur niveau d'instruction est supérieur, la plupart d'entre elles n'ont pas suivi des formations une fois l'entreprise créée.

Les entreprises féminines se caractérisent le plus souvent par leurs très petites tailles elles sont ainsi concentrées dans le secteur de profession libérale et de service. La forme juridique dominante est l'entreprise individuelle.

Le désir d'organiser le travail soi-même et le besoin d'autonomie professionnelle demeurent les deux motifs les plus motivants pour la création de l'entreprise pour la majorité d'entre elles. Nous venons alors de confirmer la deuxième hypothèse supposant que c'est le désir d'autonomie professionnelle, d'accomplissement personnel, d'organiser un travail soi même, de relever un défi qui motivent la femme entrepreneure algérienne à se lancer dans la carrière entrepreneuriale.

La grande majorité des entrepreneures enquêtées ont recherché eux même de l'information sur le dispositif ANSEJ.

Les raisons de choisir le dispositif ANSEJ revient d'après elles aux avantages fiscaux et à la durée de remboursement de crédit.

Les femmes entrepreneures enquêtées considèrent globalement qu'il n ya pas des différences fondamentales entre les hommes et les femmes.

Les femmes entrepreneures enquêtées se trouvent bien orientées par le dispositif ANSEJ concernant l'accueil et les premières informations.

La majorité des femmes de notre échantillon sont satisfaites des services de financement de l'ANSEJ notamment pour les avantages fiscaux. (Hypothèse confirmée).

Mais plus de la moitié d'entre elles ne sont pas satisfaites de l'accompagnement de l'ANSEJ (Hypothèse infirmée).

En référence aux réponses obtenues concernant le rôle que joue l'ANSEJ dans l'accompagnement le financement et le développement des entreprises féminines, nous avons

Chapitre III : L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par le dispositif ANSEJ

constaté que l'ANSEJ joue un rôle primordial en matière de financement et d'orientation des femmes entrepreneures, surtout en ce qui concerne l'exonération d'impôts et les avantages fiscaux. Par contre l'accompagnement représente le service le moins satisfaisant pour la plupart d'entre elles.

Conclusion générale

L'objet de cette recherche avait pour objectif de répondre à la question suivante :

« Quelle rôle joue le dispositif ANSEJ dans l'accompagnement et le développement des entreprises féminines dans la wilaya de Bejaia? ».

Pour répondre à cette question et vérifier les hypothèses formulées au départ, nous sommes reposés en premier temps, sur la présentation du phénomène entrepreneurial, nous avons ensuite dans un deuxième temps présenter un état des lieux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, dans un troisième temps nous avons identifié les principales caractéristiques de la femme entrepreneure et son entreprise, en montrant les motivations qui pousse une femme à créer son entreprise et les contraintes auxquelles se trouvent confrontées, ainsi les opinions des femmes sur l'accompagnement et le financement de dispositif ANSEJ et cela a travers une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon de 25 femmes entrepreneures de quelques communes de la wilaya Bejaia.

Cette recherche nous a permis de dégager trois principales conclusions portant successivement sur les caractéristiques, les obstacles et les motivations à entreprendre, le rôle du dispositif ANSEJ dans l'accompagnement, le financement et le développement des entreprises féminines.

La plupart des femmes entrepreneures rencontrées ont plus de 30ans et majoritairement célibataires ou mariées sans enfants. Et ces femmes ont majoritairement un haut niveau d'instruction (universitaire), leur activités sont orientées surtout dans les professions libérales et dans les services, le statut juridique des entreprises féminines sont des TPE.

Nous avons constaté aussi que le secteur d'activité des femmes enquêtées était choisi par eux même pour la plupart d'entre elles et n'ont pas par l'orientation de dispositif ANSEJ.

Notre étude montre que parmi les motivations de ces femmes à la création d'entreprise, le besoin d'organiser un travail soi-même, le besoin d'autonomie professionnelle, le besoin d'accomplissement personnel. (Hypothèse confirmée).

D'après les femmes entrepreneures de notre échantillon plusieurs contraintes entravent leur parcours entrepreneurial revient au manque d'encouragement de la part de l'entourage.

Parmi les difficultés majeurs liées au dispositif ANSEJ: le traitement des dossiers au sein de l'agence qui nécessite une longue durée.

Conclusion générale

Les résultats de notre enquête montrent que la majorité de femmes entrepreneures de notre échantillon ont eu de l'information sur le dispositif ANSEJ eux même et n'ont pas par l'intermédiaire de leurs entourages.

Le choix de dispositif ANSEJ par les femmes enquêtées revient au financement et a la durée de remboursement de crédits et aux avantages fiscaux.

Les résultats de l'enquête désignent une forte intention entrepreneuriale des femmes entrepreneures par les aides financières et les avantages fiscaux accordés par l'ANSEJ mais l'accompagnement est loin d'être satisfait. Notre hypothèse est donc partielle. Du coté de financement est bien confirmé, l'ANSEG joue un rôle important en matière de financement par contre du coté de l'accompagnement est bien infirmée l'accompagnement est le service le moins satisfaisant par les femmes entrepreneures enquêtées.

Les services de l'ANSEJ les plus satisfaisants c'est l'accueil et l'information, l'accompagnement et le suivi sont les services les moins satisfaisants.

Enfin, comme nous avons vu au cours ce modeste travail, de nombreuses études algériennes ont été réalisé dans le domaine de la création d'entreprise (la création de la PME), par contre très peu de travaux dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin. Il est important de rappeler que le thème de l'entrepreneuriat féminin est très complexe, car il comporte un certain nombre de limites, alors ce domaine reste pratiquement vierge.

Bibliographie

Bibliographie

1. Ouvrages

Khaled BOUABDALLAH et Abdallah ZOUACHE, « Entrepreneuriat et développement économique », les cahiers du CREAD, N°73, 2005, Page17.

VERSTRAETE Alain, Op.cit.p.12.

VERSTRAETE Thierry et SAPORTA Bertrand. « Création d'entreprise et entrepreneuriat », Edition ADREG, France, 2006, p.93.

Hisrich Ret Peters M. (1991), « Entrepreneurship : Lancer, élaborer et gérer une entreprise », Economica, Paris, p.11.

Verstrete T. Saporta B. (2006), « Création d'entreprise et entrepreneuriat », éd Adreg, Paris, p.77.

FAYOLLE Alain. « Introduction a l'entrepreneuriat » DUNOD, Paris, 2005, p.14.

Estay.C (2006) « La motivation entrepreneuriale » Université des sciences technologiques Lille, l'institut d'administration des entreprises, p.22.

Lavoie D. (1988), « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée », Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa, p.3.

Lebegue T, Chabaud D. (2013), Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, Femmes dirigeantes en PME : Bilan et perspectives, Arihme, p.43.

Association des femmes chefs d'entreprises au Maroc (AFEM). « Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb ».Etude N°23, 2010, P.9.

Mohamed Ali DEYAHY Directeur du Bureau de l'OIT pour les Pays du Maghreb « Evaluation national de l'entrepreneuriat féminin en Algérie » 1ere édition 2017, p.11.

DJ. LIABES, Capital prive et patrons d'industrie en Algérie 1962-1982, l'Algérie, avril 1984, P268.

2-Mémoire et thèses

ABDERHAMANE Kounta Safiah. « Caractéristiques de l'entrepreneuship féminin au mali .Mémoire présenté comme exigence partielle de la maitrise en gestion des organisations, Msc en Economie, L'université du Québec a Chicoutimi, 1997.p.17.

MASSART Victoria. « L'entrepreneur au cœur de la notion d'entrepreneuriat ».Mémoire de master, France, p11.

Légaré.H. (2000), « La performance de l'entreprise en fonction du sexe du propriétaire », Mémoire en vue de l'obtention du grade de maitre en science de la gestion, p

Zahra Arasti, « L'entrepreneuriat Féminin En Iran : Les Structures socioculturelles », Revue Libanaise de Gestion et d'Economie, Vol. 1, 2008 p.10.

Duchéneau B. (1996), Les Dirigeants de PME: enquête, chiffres, analyses pour mieux les connaître Maxima, p.20.

Bouzekraoui H. Driss F. (2015), « Les obstacles au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maroc », p.5.

Ongodo. M, Nkakleu. R, (2009), « Influence des structures d'accompagnement sur les pratiques de gestion de 250 PME/PE camerounaises en phase de démarrage », Colloque International : « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11ème Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat », INRPME, Trois-Rivières, Canada, p.3.

Fernandez. B, Scotto. J, Fischer .F (2014), « Entreprendre en France ? Les motivations des femmes », p.3.

Hittache Lilia. « Essai d'analyse de l'entrepreneuriat féminin en Algérie » Mémoire de master. Septembre.2011.page.68.

Mohamed Himrane « La réalité de l'entrepreneuriat féminin: La wilaya d'Alger »juin.2017.p.10.

SAMIA GHARBI, « les PME/PMI en Algérie : état des lieux », CAHIERS DU LAB .RII (Laboratoire de recherche sur l'Industrie et l'Innovation. Mars 2011 op-cite, P 05.

3-Conférence :

OCDE. (2004), « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée, vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée », La 2ème conférence des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME), Istanbul, P.29.

Lebegue T, Chabaud D, Op.cit., p.21.

Rachid ZAMMAR, « Initiation à l'entrepreneuriat », Conférence de centre d'Etudes Doctorales en Sciences et Technologies de Rabat (CEDESTR), Université Mohammed V-Agbal. P. 03.

4-Sites web

www.pme-dz.com/ansej-cnac-angem/.

5-Dictionnaire

Larousse.

6-Lois et textes réglementaires

Journal officiel de la république algérienne N°77,15 décembre 2001.

La loi d'orientation N°01-18 du 18 décembre 2011.

7-Rapport et documents

Bulletin d'information statistique N°30

Bulletin d'information statistique n°31 de ministre des PME et d'artisanat 2017.

Charles J, « Entrepreneur : Pourquoi ? Comment ? Quoi ? », P.22.

JULIEN Pierre-André et MARCHESNAY Michel. « L'entrepreneuriat » Economica, Paris, 1996.p.52.

Annexes

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

Enquête par questionnaire

Thème : Femmes entrepreneures : caractéristiques et accompagnement

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude, en vue d'obtention du diplôme, Master II en science de gestion option entrepreneuriat , à la faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales de l'université de Bejaia, nous vous serions reconnaissants de bien vouloir consacrer quelques minutes de votre temps pour répondre à ce questionnaire qui est destiné à un échantillon des femmes entrepreneures de quelques communes de la wilaya de Béjaia, les informations recueillies demeurent confidentielles et ne feront l'objet que d'une utilisation purement pédagogique et de recherche scientifique, Nous vous remercions à l'avance de votre collaboration, sincérité et fidélité.

Elaboré par : M^{elle} Djouad Narimene

Encadré par : M^{me} Hadou Naima

➔ Le profil de l'entreprise féminine

1-Le siège social de l'entreprise.....

2-Quel est le statut juridique de votre entreprise ?

☐-E.INDIVIDUELLE

☐-SARL

☐-SNC

☐-EURL

☐-SPA

Autres, précisez.....

3-A quel secteur d'activité votre entreprise appartient-elle ?

☐-Industrie

☐-Agricole

☐-Artisanale

☐-Commerce

☐-Services

☐-Profession libérale

Autres, précisez.....

4-La taille de votre entreprise est une :

☐-Micro-entreprise (1 à 9 salariés)

☐-Petite-entreprise (10 à 49 salariés)

☐-Moyenne entreprises (50 à 250 salariés)

➔ Le profil de la femme entrepreneure

5-Age :

☐-19-30 ans

☐-30-35 ans

☐-35-40ans

6-Quel est votre niveau d'étude ?

- ☐-Primaire
- ☐-Secondaire
- ☐-Moyen
- ☐-Supérieur
- ☐-Formation professionnelle

7-La situation familiale (statut civil)

- ☐-Célibataire
- ☐-Mariée sans enfants
- ☐-Mariée avec enfants
- ☐-Divorcée
- ☐-Veuve

8-Le statut répondant dans l'entreprise

- ☐-Propriétaire
- ☐-Gérante
- ☐-Propriétaire/Gérante

9-Après la création de votre entreprise avez-vous suivi d'autres formations ?

- ☐-Oui
- ☐-Non

- si oui lesquelles ?

Précisez.....

➔Les obstacles, et les motivations à entreprendre

10-Quelles étaient vos motivations pour entreprendre ?

- ☐-Besoin d'autonomie professionnelle
- ☐-Besoin d'accomplissement personnel
- ☐-Désir d'organiser le travail soi-même
- ☐-Relever un défi
- ☐-Croyance en un produit /service

☐-Opportunité d'affaire

☐-Raisons familiales

☐-Influence de l'entourage

Autres, précisez.....

11-Etes-vous encouragé par votre entourage (famille, amis, professeur...) pour la création de votre entreprise ?

☐-Oui

☐-Non

12-Selon votre expérience et vos observations personnelles, quels sont les obstacles majeurs que rencontrent les femmes entrepreneures en Algérie ?

☐-Négligence des obligations familiales

☐-Manque des organismes de soutien et d'accompagnement destinés aux femmes entrepreneures

☐-Manque de confiance en soi

Autres, Précisez.....

13- En Algérie, les femmes sont désavantagées par rapport aux hommes en tant que propriétaire d'entreprise ?

☐-Oui

☐-Non

14- Selon vous, la création d'entreprise par une femme est :

☐-Défi

☐-Opportunité

☐-Contrainte

➔L'accompagnement et le financement par le dispositif ANSEJ

15-Avez –vous recherché par vous-même de l'information sur le dispositif ANSEJ ?

☐-Oui

☐-Non

16-Pourquoi avez-vous choisit exactement le soutien de dispositif de l'ANSEJ lors de votre création ?

.....

.....

.....
17-Si le soutien du dispositif ANSEJ n’existait pas pensez-vous à la création de votre entreprise ?

☐-Oui

☐-Non

18-Comment trouvez-vous l'accueil et les premières informations fournies par l'organisme de L'ANSEJ et ses différents services ?

☐-Pas bien

☐-Bien

☐-Excellent

19- Le choix de secteur d'activité a été déterminé en fonction de :

☐-Expériences dans le domaine

☐-Pas de concurrents

☐-Fort taux de rentabilité

☐-Secteur porteur a long terme

☐-Selon la disponibilité

20- Le dispositif ANSEJ vous a orientez dans votre choix ?

☐-Oui

☐-Non

21-Etes-vous à l'égart de votre choix de création ?

☐-Très satisfait

☐-Assez satisfait

☐-Peu satisfait

☐-Pas satisfait

22-Comment vous jugez la procédure poursuivie lors de la création de votre entreprise dans le cadre de l'ANSEJ ?

☐-Longue

☐-Réduite

☐-Moyenne

23-Quels sont les principaux obstacles que vous avez rencontrés au démarrage de votre activité ?

- ☐-La procédure administrative
- ☐-Accès au financement
- ☐-Trouver un local
- ☐-Trouver des clients
- ☐-Peur de risque
- ☐-Manque de compétences /connaissances spécifiques
- ☐-Manque de soutien de la part de l'entourage

24-Avez-vous obtenu le financement dont vous aviez besoin ?

- ☐-Oui
- ☐-Non

25-Avez-vous réussi la création de votre entreprise ?

- ☐-Oui
- ☐-Non

26-Regrettez-vous le projet de créer votre entreprise ?

- ☐-Oui
- ☐-Non

-Si oui pourquoi ?

.....

.....

.....

27-Voyez-vous que ce dispositif facilite aux femmes la création de leur entreprises ?

- ☐-Oui
- ☐-Non

28-Pensez-vous que les hommes obtiennent plus facilement des crédits que les femmes ?

- ☐-Oui
- ☐-Non

30-Avez –vous été confrontée à la discrimination du fait que vous êtes femme ?

☐-Oui

☐-Non

31-La durée qu’ANSEJ vous a accordée pour remboursser vos dettes est elle suffisante ?

☐-Oui

☐-Non

32-Que pensez-vous de l’accompagnement dans le cadre de l’ANSEJ ?

☐-Très satisfait

☐-Satisfait

☐-Pas satisfait

33-Parmi les divers services fournis par l’ANSEJ, quels sont ceux lesquels vous êtes entièrement satisfait?

☐-L’accueil et l’information

☐-L’orientation et le conseil

☐-La formation

☐-L’accompagnement et le suivi

34-Quel est le rôle des avantages disponibles chez le dispositif ANSEJ dans le développement de votre intention entrepreneuriale ?

☐- L’accompagnement

☐- Le soutien

☐-Les aides financières

☐-Les avantages fiscaux

35-Quel serait le meilleur conseil que vous pourriez donner à un porteur de projet (femme) pour l’aider à créer son entreprise ?

.....
.....
.....

36-Que proposez à l’ANSEJ pour améliorer ses prestations ?

.....
.....
.....

37- Quelle est votre impression générale sur l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia ?

.....

.....

.....

Liste des tableaux

La liste des abréviations

ANSEJ : Agence Nationale pour le soutien et l'Emploi des jeunes.

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro crédit.

ANDI : Agence Nationale de Développement d'Investissement.

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique.

AFEM : Association des Femmes chefs d'Entreprises du Maroc.

ONS : Office Nationale des Statistiques.

PME : Petite Moyenne Entreprise.

ME : Moyenne Entreprise.

TPE : Très Petite Entreprise.

PMI : Petite Moyenne Industrie.

EPE : Entreprises Publiques Economiques.

USD : United States Dollars.

BTP : Bâtiments et Travaux Publics.

GME : Global Entrepreneurship Monitor.

PIC : Pérennité, Indépendance et Croissance.

CAP : Croissance, Autonomie et Pérennité.

EI : Entreprise Individuelle.

SARL : Société A Responsabilité Limité.

EURL : Entreprise Unique a Responsabilité Limité.

SPA : Société Par Action.

PE : Petite Entreprise.

FCE : Femme Chef d'Entreprise.

CNI : Commission National des Investissements.

FMI : Fond Monétaire d'Internationale.

SPM : Secteur Public Marchand.

SNAT : Schéma National d'Aménagement du Territoire.

ANEM : l'Agence National de l'Emploi.

WES : Word Economic Survey.

CWBR : Center For Women's Business Research.

USCB : United States Census Bureau.

HSBC : Hong Kong et Shanghai banking corporation.

GEDI : Global Entrepreneurship and Development Institute.

INSEE : Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques.

Table des matières

Table des matières

Remerciements	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Sommaire	
Introduction général.....	6
Chapitre I : Le phénomène entrepreneurial	
Introduction.....	10
Section 01 : Entrepreneuriat, entrepreneur : Evolution et caractéristiques	
1.1. Entrepreneuriat.....	10
1.1.1 L'importance de l'entrepreneuriat.....	11
1.1.1.1. La croissance économique.....	11
1.1.1.2. La création d'entreprise et le renouvellement du parc de l'entreprise.....	12
1.1.1.3. L'innovation.....	12
1.1.1.4. La création d'emploi.....	12
1.1.2. Approches théoriques de l'entrepreneuriat.....	12
1.1.2.1. L'approche fonctionnelle.....	12
1.1.2.2. L'approche par les traits.....	13
1.1.2.3. L'approche par les processus.....	13
1.2. L'entrepreneur	13
1.2.1. Définition de l'entrepreneur.....	13
1.2.2. Caractéristiques et typologies des entrepreneurs.....	14
1.2.2.1. Les traits caractéristiques.....	14
A.1. Le besoin d'accomplissement.....	15
A.2. Le besoin d'indépendance.....	15
A.3. La confiance en soi.....	15
A.4. L'innovateur.....	15
A.5. Un preneur de risque.....	15
1.2.2.2. Entrepreneur-Opportuniste Entreprendre.....	15
1.2.2.3. L'entrepreneur-Organisateur.....	16
1.2.2.4. L'entrepreneur-joueur.....	16
1.2.2.5. L'entrepreneur-Motivé.....	16
1.2.3. Typologie de l'entrepreneur.....	16

Section 02 : l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial.....	
2.1. Définition de l'entrepreneuriat féminin.....	19
2.1.1. Définition de la femme entrepreneur.....	19
2.2 Quelques éléments de recherche sur l'entrepreneuriat féminin.....	20
2.1.2. Motivations des femmes entrepreneures.....	23
2.1.3 Les obstacles des femmes entrepreneures.....	24
2.3 Impacte économique de l'entrepreneuriat féminin a l'échelle mondiale.....	25
Section 03 : Généralités sur les PME.....	28
3.1 Définition de la PME.....	28
3.2 Les approches de la PME.....	28
3.2.1 L'approche quantitative.....	28
3.2.2 L'approche qualitative.....	28
3.3 Classification et caractéristiques des PME.....	29
3.3.1 La classification des PME.....	30
3.3.1.1 Classification selon le secteur économique.....	31
3.3.1.2 Classification par branche d'activité.....	31
3.3.1.3 Classification par filière d'activité.....	31
3.3.1.4 Classification de la PME en fonction de statut juridique.....	31
3.4 Les principales caractéristiques des PME.....	31
3.4.1 Les forces de la PME	32
3.4.2 Les faiblesses de la PME.....	32
3.5- L'importance des PME.....	33
3.5.1 Sur le plan politique.....	33
3.5.2 Sur le plan économique	33
3-5-3- Sur le plan social	33
Conclusion.....	33

Chapitre II : état des lieux des entreprises féminines en Algérie

Section 1 :l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	35
1.1 Définition de la femme entrepreneure Algérienne.....	35
1.2 Les défis et obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures algériennes.....	36
1.2.1 L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets.....	36
1.2.2 Accès au marché, et à l'information.....	37

1.2.3 L'accès au foncier.....	37
1.2.4 L'accès au financement.....	37
1.2.5 L'environnement culturel et le rôle de la femme dans la société algérienne.....	37
2.1 La place de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne.....	38
Section2 : PME algérienne : définition et développement.....	40
2.1. Définition de la PME Algérienne.....	40
2.2. Aperçue historique de la PME en Algérie	41
2.2.1. La première période 1962-1982	41
2.2.2. La deuxième période 1982-1988.....	42
2.2.3. La troisième période 1988 a nos jours.....	42
2.3. Présentation et Evaluation de la population des PME en Algérie.....	42
2.3.1 Présentation de la population globale des PME.....	42
2.3.2. Distribution.....	43
2.3.2.1. Par taille.....	43
2.3.2.2. Par nature juridique.....	44
A. Personnes Morales.....	44
B. Personnes physiques.....	45
A.1. Professions libérales.....	45
A.2. Activités Artisanales.....	45
2.3.2.4. Par statut juridique et secteur d'activité.....	45
C.1. PME publiques.....	45
C.2. PME Privées.....	46
2.3.2.5. Par région.....	46
2.3.3. Evolution de la population globale des PME.....	47
2.3.3.1. Evolution des PME privés (personnes morales) par secteur d'activité.....	47
Section3 : L'accompagnement et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie	
3.1. L'accompagnement.....	49
3.1.1. L'accompagnement entrepreneurial	49
3.2. La fonction technique et le rôle social de l'accompagnement.....	50
3.2.1. L'accueil	50
3.2.2. L'accompagnement proprement dit.....	50
3.2.3. Le suivi post-crétion	51

3.3. Présentation des entreprises féminines créées dans le cadre des dispositifs publics d'aide a la création d'entreprise en Algérie	51
3.3.1. Agence Nationale de Soutien pour l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)	52
3.3.2 Caisse National d'Assurance Chômage (CNAC)	53
3.3.3 Agence Nationale de Gestion des Microcrédits (ANGEM)	54
3.4. Présentation des entreprises féminines créées dans le cadre des dispositifs publics d'aide a la création d'entreprise dans la wilaya de Bejaia.....	56
3.4.1. Dans le cadre du dispositif ANGEM.....	56
3.4.2. Dans le cadre du dispositif CNAC.....	57
3.4.3. Dans le cadre du dispositif ANSEJ.....	58
Conclusion.....	61

Chapitre III : L'accompagnement de l'entrepreneuriat féminin par les dispositifs d'aide a la création d'entreprises

Section1 : Méthodologie de l'enquête	62
1-1 La méthodologie de l'enquête	62
1-1-1 Objectif de l'enquête.....	63
1-1-2 la taille et le choix de l'échantillon.....	63
1.1.3 Le déroulement de l'enquête.....	63
1.1.4 Les instruments de récolte de donnés.....	64
1.1.4.2 Le questionnaire.....	64
Section2 : Présentation et analyse des résultats de l'enquête.....	65
2.1. Le profil de l'entreprise féminine.....	65
2.2. Le profil de la femme entrepreneure.....	67
2.3. L'accompagnement et le financement par le dispositif ANSEJ.....	72
Conclusion.....	80
Conclusion générale.....	82
Bibliographie.....	83
Liste des tableaux	
Annexes	

Résumé

A l'heure actuelle, l'entrepreneuriat joue un rôle important dans plusieurs pays.

L'intérêt à l'entrepreneuriat féminin connaît une importance croissante dans la plupart des pays et particulièrement dans les pays en voie de développement. Cependant, ce dernier désigne bien la part réservée aux femmes dans tous les domaines de la vie économique et sociale. En effet, Ce travail s'intéresse à l'entrepreneuriat féminin en Algérie à travers une étude de cas portant sur les femmes entrepreneures de quelques communes de la wilaya de Bejaia accompagnées par le dispositif ANSEJ. Et pour bien mener notre étude, on a adopté une enquête par questionnaire, où nous avons analysé successivement le profil de l'entreprise féminine, le profil de la femme entrepreneure, les obstacles et les motivations à entreprendre et le rôle du dispositif ANSEJ dans l'accompagnement et le financement des femmes entrepreneures.

Les principaux résultats indiquent une forte volonté chez les femmes entrepreneures enquêtées dans la création d'entreprise, même si leurs entreprises ne soient pas assez développées et connues et malgré toutes les contraintes confrontées, elles luttent jusqu'à la fin pour concrétiser leurs idées en tant que porteuses de projet.

Mots-clés : Entrepreneuriat Féminin, Bejaia, ANSEJ, Accompagnement, Motivations, Contraintes.