



Université Abderrahmane Mira Bejaia

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des sciences de gestion

Mémoire de fin de cycle

Pour l'obtention du diplôme de Master

Filière : Sciences de gestion

Option : Management

Thème

**Entrepreneuriat féminin : déterminants et
obstacles**

Enquête dans la wilaya de Laghouat

Réalisé par:

M^{me} GAOUA Nadia née RAYANE

Dirigé par :

M^{me} MAKHLOUF Tiziri

Année universitaire 2018/2019

Remerciements

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui je voudrais témoigner toute ma reconnaissance. Mes remerciements les plus sincères vont à Dieu tout puissant et à tous ceux qui m'ont soutenu, dans mon travail de recherche, jusqu'à ce jour :

À Madame MAKHLOUF Tiziri, pour son encadrement, sa disponibilité sans faille et ses conseils précieux.

À Madame DJEBBAR Kheira : présidente de l'association Féminine Aicha Oum El-Mouminines.

À Madame ZARGAT Hadda, DG de la société de production des boissons gazeuses et eaux minérales (SARL SBGEM)

À Monsieur LAADJEL Nacereddine : responsable de formation à l'ANSEJ

À Djamel : responsable de formation à l'ANGEM

À toute ma famille et mes amis qui ont toujours cru en moi, pour leur soutien permanent. Qu'ils trouvent ici le témoignage de mon respect et ma gratitude.

Dédicace

À mes chers parents

(Mon Cher Père RAYANE Tahar et ma chère maman TAOUTI Kheira)

**Pour tous leurs sacrifices, leur amour, leur tendresse, leur soutien et leurs prières tout
au long de mes études,**

À mon cher mari

GAOUA Hakim

Pour ses encouragements permanents, et son soutien moral

À Ma Très Chère filles

GAOUA Jade

GAOUA Lana

Vous serez toutes les deux ma force, ma fierté et ma joie, que dieu vous protège.

A toute ma famille pour leur soutien tout au long de mon parcours universitaire,

A Ma sœur:

Ahlem

A Mon frère :

Nacereddine

**A toutes les personnes qui ont servis pour ma formation, mon éducation et mon
enseignement.**

A Mes amis:

Nadjet, Salima, Meriem, Hassiba, Nadia, Rym, Farida, Zahir, Samy, Moh, Fares

Merci d'être toujours là pour moi.

Liste des abréviations

6M : Money, Men, Machines, Materiels, Market, Management

AFAOEM : l'association féminine Aicha Oum El-Mouminine

ANDI : L'agence nationale de développement de l'investissement

ANEM : L'agence national de l'emploi

ANGEM : L'agence nationale de gestion du microcrédit

ANSEJ : L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes

AME : L'association des Algériennes managers et chefs d'entreprises

APSI : l'Agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement

BTPH : Bâtiment travaux publics et l'hydraulique

CAP : Croissance forte, Autonomie, Peu de pérennité

CNAC : Caisse national d'assurance chômage

CNRC : centre national du registre de commerce

EURL : Entreprise unipersonnel à responsabilité limité

GEM : Global Entrepreneurship Monitor

IBS : Impôts sur le bénéfice des sociétés

l'ACPE : L'agence pour la création d'entreprise

l'AFEM : L'association des femmes chefs d'entreprises du Maroc

Logiciel SPSS : Statistical Package For Social Sciences

MENA : Middle East and North Africa

Nach : Need for achievement

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

OMC : l'organisation mondiale du commerce

ONG : Organisations non gouvernementales

ONS : Office national des statistiques

PIB : Produit Intérieur Brut

PIC : Pérennité, Indépendance, Croissance

PME : Petites et moyennes entreprises

PMI : petite et moyenne industrie

RAFA : Réseau Algérien des femmes d'affaires

RSE : Responsabilité sociale des entreprises

SARL : Société à responsabilité limitée

SEVE : L'association des femmes Algériennes chef d'entreprises

SNC : Société en nom collectif

SPA : Société par actions

SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

TAP : la taxe sur l'activité professionnelle

TPE : très petites entreprises

Sommaire

Introduction générale

Chapitre I : L'entrepreneuriat : Concepts et généralités

Section 1 : l'entrepreneuriat et ses différentes dimensions

Section 2 : Les formes de l'entrepreneuriat et sa démarche

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin en Algérie : évolution et caractéristiques

Section 1 : Généralités sur l'entrepreneuriat féminin

Section 2 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Chapitre III : L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat.

Section 1 : Présentation des caractéristiques de la wilaya de Laghouat

Section 2 : Présentation de la méthodologie de recherche, Présentation et discussion des résultats de l'étude

Conclusion générale

Bibliographie

Annexes

Résumé

Liste des figures

Figure (1) : La formation de l'événement entrepreneurial selon SHAPERO.....	23
Figure (2) : Le modèle de l'intention entrepreneuriale d'AJZEN.....	24
Figure (3) Évolution de la population féminine occupée en Algérie en%.....	47
Figure (4) : Répartition de la population occupée selon le sexe en %.....	48
Figure (5) : Evolution du Taux de chômage féminin.....	48
Figure (6) : répartition de la population active féminine selon l'âge.....	51
Figure (7): Niveau d'instruction des femmes actives (en %)......	51
Figure (8): Répartition des femmes actives selon le diplôme obtenue.....	52
Figure (10): Répartition des chômeuses selon les raisons pour avoir quitter cet emploi.	52
Figure (11): Répartition des emplois selon les groupes de profession et selon le sexe en %	52
Figure (12) : Cartographie de la wilaya de Laghouat.....	68
Figure (13): Répartition des entreprises par secteur juridique au 30/06/2018 dans la wilaya de Laghouat.....	70
Figure (14): répartition des entreprises par forme juridique du premier semestre 2018 dans la wilaya de Laghouat.....	71
Figure (15): répartition des créations des entreprises par secteurs d'activités dans la wilaya de Laghouat.....	72
Figure (16) : Evolution mensuelle des créations d'entreprises au cours du premier semestre 2017-2018 pour la wilaya de Laghouat.....	73
Figure (17) : répartition par secteur d'activité	81
Figure (18) : représentation graphique de la signification de l'entrepreneuriat pour les répondantes	88
Figure (19) : représentation de l'apport financier des répondantes	92
Figure (20) : représentation des motivations des répondantes	93
Figure (21) : représentation des obstacles que rencontrent les répondantes	94
Figure (22) : représentation des avis des répondantes	96

Liste des tableaux

Tableau N°01 : Les approches de l'évolution du concept de l'entrepreneuriat	7
Tableau N°02 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement	13
Tableau N°03 : Catégories des motivations entrepreneuriales	16
Tableau N°04 : Différentes typologie et définitions des entrepreneurs dans la littérature	18
Tableau N°05 : Genre et caractères psychologique	34
Tableau N°06 : Représentation de l'âge des répondantes	83
Tableau N° 07 : Représentation de l'état civil des répondantes	84
Tableau N° 08 : représentation du niveau d'éducation des répondantes	85
Tableau N° 09 : représentation du secteur d'activité des répondantes	85
Tableau N° 10 : représentation de l'activité des répondantes	86
Tableau N° 11 : représentation de la taille de l'entreprise des répondantes	87
Tableau N° 12 : représentation de l'âge des entreprises des répondantes	87
Tableau N° 13 : représentation de la situation d'emploi des répondantes avant la création de leurs entreprises	89
Tableau N° 14 : représentation de l'origine le l'idée d'entreprise	90
Tableau (15) : représentation de l'origine de l'idée de projet	91
Tableau (16) : Désavantagée en tant que femme entrepreneur	95
Tableau (17) : représentation des répondantes qui connaissent des associations de femmes entrepreneurs en Algérie	98
Tableau (18) : représentation des répondantes optimiste du role des association de femmes entrepreneurs en Algérie	98
Tableau (19) : représentation des répondantes membre d'un réseau	99
Tableau (20) : représentation des répondantes optimistes au rôle d'un réseau	100

Introduction

Générale

Introduction générale

Dans un monde en constante mutation, le développement économique représente une vision stratégique à long terme, pour toute nation désirant promouvoir et développer ses richesses en s'appuyant sur un levier à moyen terme, qui est la croissance économique et qui constitue un défi majeur de compétitivité et de gain de productivité, grâce à un modèle économique et social adapté, en plus de certaines conditions favorable tel que le progrès technologique, la fiscalité...etc, et d'une volonté politique et sociale.

Selon la proposition d'A.J.VAN STEL et D.J.STOREY il y aurait trois variables explicatives de la croissance économique d'un pays : l'indice de compétitivité mondiale, le rendement par habitant et le taux de l'entrepreneuriat. Ce dernier facteur constitue la part des individus dans une dynamique entrepreneuriale qui contribuent à la production grâce à une combinaison de facteurs (capital et travail). Et donc une allocation des ressources plus entrepreneuriale implique un plus grand niveau de production.¹

De ce fait l'entrepreneuriat est considéré comme un instrument clé du processus de création de richesses permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi.²

Le domaine de l'entrepreneuriat comporte plusieurs facettes dont l'entrepreneuriat féminin qui constitue un champ d'investigation émergent et prépondérant. Cette forme particulière de par son genre, apparue dans un domaine supposé être masculin, démystifie la réussite et conjugue le leadership au féminin.

En effet une femme entrepreneur se définit comme une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, qui seule ou en équipe, crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée³

Les rapports annuels sur l'entrepreneuriat du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) et le premier rapport spécial sur l'entrepreneuriat des femmes en 2004, publiés par le centre

¹ FEKI Chiraz et CHTOUROU Nouri, Entrepreneuriat et croissance économique: effet du capital social, International journal of innovation and applied studies ISSN 2028-9324, vol.6 N°.3 july 2014.ISSR Journals, p:679

² Ibid, 2014.p:678.

³ http://www.academia.edu/731717/Les_Principaux_Déterminants_De_L'Entrepreneuriat_Féminin_En_Iran, Robert Paturel Université du Sud Toulon-Var, France et Zahra Arasti Université de GolpayeganTéhéran, Iran, 14 mars 2019, actualisé le 20/06/2019.

entrepreneurial Kuffman, insistent sur le rôle des activités entrepreneuriales des femmes pour le bien de l'économie des pays. Selon les statistiques publiées par le Center for Women's Business Research (2018), aux Etats-Unis (26 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis ont été l'œuvre des femmes, soit 9.1 millions de femmes entrepreneures dans tout le pays, employant 7.9 millions de salariés et produisant 1.4 trillions de \$ de ventes, selon l'Association nationale de Chefs d'entreprise des Femmes.⁴

Par rapport au contexte algérien, et avec une économie excessivement tributaire des hydrocarbures et avec l'appui des données de la banque mondiale sur son PIB qui en 2014 était à 213,81 Milliards de dollars comparé au PIB de 2017 qui a reculé vers 170,371 Milliards de dollars⁵. L'état algérien investisseur recule et se contente de son rôle en tant que garant des bonnes conditions concurrentielles pures. En effet, la privatisation des entreprises publiques et l'accroissement du taux de chômage, ont rendu à l'évidence que l'état ne peut plus offrir autant de postes d'emplois qu'il n'y a de chercheurs d'emploi, par conséquent l'entrepreneuriat représente une solution pour la création de richesses et d'emplois et la résorption d'inégalité régionale, les statistiques du ministère du commerce Algérien sont encourageante compte tenu de la progression continue de l'activité entrepreneuriale. En effet on recense une augmentation de près de 15% durant le premier trimestre de l'année 2017 par rapport à la même période de 2016⁶. Avec l'ouverture de l'Algérie sur l'économie du marché, et la genèse de la mondialisation, la société s'est développée (la généralisation de l'éducation, de l'internet et des technologies de communication) avec des changements socioculturels, en faveur des femmes qui suivent de plus en plus la voie entrepreneuriale⁷. Selon Rachdi « l'ouverture de la société au travail rémunéré des femmes est de plus en plus grande, par nécessité certes, mais cette possibilité provoque des changements qualitatifs dans les relations que les femmes entretiennent avec leur entourage ».⁸

Selon les données de l'Office national des statistiques Algérien (ONS), le taux de chômage des femmes avoisinerait les 20% en moyenne, le taux global de l'activité économique des femmes ne dépasse pas les 18% en 2015, et la part des femmes chefs d'entreprise par rapport au nombre d'employeurs est de 6% seulement. Comparé à d'autres

⁴ <https://www.guidantfinancier.com/small-business-trends/women-in-business/>, consulté le 14 mars 2019, actualisé le 20/06/2019.

⁵ <http://www.banquemondiale.org/fr/country/algeria>, consulté le 14 mars 2019, actualisé le 20/06/2019.

⁶ <https://www.commerce.gov.dz>, consulté le 14 mars 2019, actualisé le 20/06/2019.

⁷ GHIAT Boufeldja. Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie. Edition Publibook 2015 ; P :79-81

⁸ RACHDI Fatmaezahra, l'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, communication EDHEC Nice, Laboratoire ERMMES (Toulon), France, 2006, p2

pays, l'entrepreneuriat féminin en Algérie est un phénomène marginal. Au Maroc, en Tunisie et bien d'autres pays de la région Moyen-Orient et Afrique du nord (MENA), ce phénomène semble avoir connu une évolution autrement plus favorable, il constitue une véritable révolution dans une société à tendance conservatrice mais est, souvent, perçu telle un affrontement à la culture de la société, ce qui explique le stade avancé de son développement dans ces pays.

En effet, l'importance de notre thématique est lié au fait que les hommes et les femmes participent conjointement au développement économique d'une société. Une plus grande parité hommes-femmes dans le développement de l'entreprise va de pair avec une répartition plus équitable de l'emploi et des revenus entre les hommes et les femmes. Ainsi, L'entrepreneuriat féminin s'inscrit dans la lutte des femmes pour l'obtention de leurs libertés et leurs dignités contre la culture de marginalisation et de soumission, de plus l'Algérie détient un potentiel féminin très important dans différents domaines de formation, en effet c'est un thème d'actualité dans le cadre du leadership féminin surtout dans le contexte sud algérien. L'objectif de notre travail de recherche est d'essayer d'approcher la réalité de l'entrepreneuriat féminin dans une région du sud Algérien (Laghouat), en essayant de comprendre les déterminants et les obstacles liés à la culture de cette wilaya.

Cela nous conduit à poser la question principale suivante :

Quels sont les déterminants et les Obstacles des entrepreneurs femmes lors de la création de leurs entreprises ?

Certaines interrogations découlent de cette problématique, à savoir :

- Quelles sont les dimensions du champ entrepreneurial et ses enjeux pour le développement économique ? ;
- Quels sont les facteurs déterminants qui influent sur ces femmes entrepreneurs Algériennes et le profil de ces dernières ? ;
- Quel est la situation de l'entrepreneuriat féminin à Laghouat, et Quels sont les motivations et les freins que rencontrent les femmes entrepreneurs dans cette wilaya ?.

Comme réponses provisoires à ces différentes questions, il nous est apparu nécessaire de retenir les hypothèses suivantes :

H1 : La première motivation qui incite à l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat est celle d'avoir plus d'indépendance.

H2 : L'obstacle le plus rencontré par les femmes entrepreneurs dans la wilaya de Laghouat est celui des barrières socioculturelles.

Afin de répondre à notre problématique il nous paraît judicieux d'utiliser une méthode mixte (qualitative et quantitative), et comme outil d'investigation l'entretien et le questionnaire avec une technique d'échantillonnage la méthode probabiliste, nous avons structuré notre travail en trois chapitres avec deux sections chacun :

Le premier chapitre traitera du phénomène de l'entrepreneuriat, les caractéristiques de l'entrepreneur, ses différentes formes et son processus.

Le deuxième chapitre traitera de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, ses spécificités, ses facteurs déterminants, ses motivations et obstacles et enfin ses parties prenantes

Le troisième chapitre fera l'objet de notre enquête sur le terrain et se portera sur la présentation de notre méthodologie de recherche, ensuite présentation des caractéristiques de la wilaya de Laghouat. Enfin, la décortication des résultats de recherches suite à un entretien et des questionnaires distribués.

Chapitre (I) :
l'entrepreneuriat : Concept et
généralités

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. Sachant que l'économie repose sur le savoir et le capital entrepreneurial, ce dernier représentant la capacité à s'engager dans une activité entrepreneuriale et à la générer.

Ainsi, la plupart des gouvernements sensibilisent davantage les étudiants à l'entrepreneuriat en raison de l'évolution du monde du travail qu'ils intégreront après leurs études. Les grandes entreprises, les organisations non gouvernementales (ONG), les pouvoirs publics,... recherchent également des jeunes diplômés entreprenants. Notre société, dans son ensemble, a besoin d'individus ayant l'esprit d'entreprendre.

De ce fait, l'intérêt de ce premier chapitre étant de présenter les principaux axes de ce champ de recherche pour apporter plus de clarification à la définition de l'entrepreneuriat, identifier ses acteurs, leur caractéristiques et leur démarches.

Section (1) : l'entrepreneuriat et ses différentes dimensions

Parmi plusieurs défis que les entreprises du 21^{ème} siècle recherchent, on y trouve la technologie, la gestion de l'information, la stratégie client, la sécurité, les ressources humaines, la responsabilité sociale des entreprises (RSE), le leadership...etc. Ce dernier englobe l'entrepreneuriat qui consiste à ne pas traiter uniquement de la création d'entreprise, mais d'un « agir entrepreneurial ». L'agir est plus large que l'action. Il intègre tout un écosystème entrepreneurial, le projet en lui-même et l'entrepreneur.

Nous allons à travers la première section se focaliser sur le concept de l'entrepreneuriat avec quelques définitions et caractéristiques, ensuite celui de l'entrepreneur en indiquant ses motivations et ses comportements, et enfin sa démarche soit le processus entrepreneurial et le model d'affaire qu'il doit interpréter.

1-1-L'entrepreneuriat

Plusieurs définitions ont été constituées au fur et à mesure des contextes historiques du champ de l'entrepreneuriat. Ainsi, nous avons jugé important de relater l'évolution historique de ce concept.

1-1-1- L'évolution historique de l'entrepreneuriat : Selon Martin Giraudeau l'investissement de cette thématique par l'État américain remonte aux lendemains de la seconde guerre mondiale, lorsque la création de petites entreprises est envisagée comme une voie de réinsertion pour les anciens combattants.¹

L'entrepreneuriat a connue de multiples approches tout au long de son évolution de fonctionnelles à cognitives en passant par individuelles. Le tableau ci-dessous retrace cette évolution historique.

Tableau (1) : Les approches de l'évolution du concept de l'entrepreneuriat.

Titre	texte	définition
Approche fonctionnelle	utilisée surtout dans le domaine économique (what). Depuis le début des années 50	-Schumpeter (1928) «L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception (usage différent de ressources nationales) et l'exploitation de nouvelles opportunités (nouvelles combinaisons) dans le domaine de l'entreprise ».
Approche individuelle	utilisée surtout dans le domaine psychologique, sociologique ou de psychologie cognitive (why and who).	-Stevenson et Jarillo (1990) «Le cœur de l'entrepreneuriat corporatif est que l'opportunité qui se présente à la firme doit être poursuivie par des individus en son sein avec des capacités et des connaissances intime du marché, des technologies impliquées, des besoins du consommateur, etc». Danjou (2000, p.24)

¹ CHAMBARD Olivia, Les discours sur l'enseignement supérieur et la recherche –la promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création Lexical, Mots. Les langages du politique, 2013, article N° 102 du journal « open édition », p : 103 .

		«L'entrepreneuriat est incarné ».Il est appréhendé comme le comportement d'un individu ayant des besoins, des motivations, des traits de personnalité, des aptitudes et des compétences particuliers».
Approche fondée sur les processus	utilisée surtout dans le domaine des sciences de gestion, ou dans les théories des organisations (how).	<ul style="list-style-type: none"> - Gartner (1985,1988) L'entrepreneuriat est un phénomène qui consiste à créer et organiser de nouvelles activités. - Cunningham et Lischeron (1991, p.57) L'entrepreneuriat est un processus interactif de création d'idées, d'évaluation personnelle, de remise en cause actuelle et future - Venkataraman (1997) L'entrepreneuriat est défini comme « c'est l'examen de comment, par qui et avec quels effets les opportunités de créer de futures biens et services sont découvertes évalués et exploités”

Source : OMRANE Amina, FAYOLLE Alain et ZERIBI-BENSLIMANE Olfa , Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique, Revue des sciences de gestion, 2011, N° 251, pp : 4-5.

Ainsi, à partir de ce tableau, et si on se focalise sur les deux dernières approches nous pouvons souligner l'existence de deux éléments fondamentaux au niveau de l'entrepreneuriat: la création (d'un produit, d'un service, d'une activité, d'une organisation, de valeur) et l'entrepreneur. La liaison entre ses deux éléments comme le stipule Hernandez est que l'entrepreneur est l'acteur, et la création de l'entreprise est le résultat de son action.²

²OMRANE Amina, FAYOLLE Alain et ZERIBI-BENSLIMANE Olfa, Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique, Revue des sciences de gestion, 2011, N° 251, p : 6.

Après avoir retracé l'histoire de l'entrepreneuriat, il nous apparaît important de définir le concept de l'entrepreneuriat.

1-1-2- Définition de l'entrepreneuriat : Selon ZALIO le sens le plus strict de l'entrepreneuriat est la capacité à faire émerger des opportunités de valeur en jouant sur plusieurs espaces, ce terme est aussi utilisé pour désigner une attitude professionnelle, voire existentielle, qui serait faite de créativité, d'initiative, de prise de risque ou encore de capacité à rebondir après un échec. Le substantif entrepreneuriat, et plus encore l'adjectif entrepreneurial, se rapprochent, dans ce sens élargi, des expressions esprit d'entreprise ou esprit d'entreprendre, l'ensemble de ces termes se rapportant alors moins à une activité spécifique (la création d'entreprise) qu'à un « caractère » ou à une « attitude ».³

Selon FAYOLLE et VERSTRAETE l'entrepreneuriat est un domaine trop complexe et trop hétérogène pour se limiter à une seule définition. Ils proposent donc de classer les différentes définitions avancées par les auteurs selon quatre courants de pensée ou paradigmes.⁴

- A. Le paradigme de l'opportunité d'affaires :** Cette perspective définit l'entrepreneuriat comme une activité impliquant la découverte, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, dans le but d'introduire de nouveaux biens et services, de nouvelles structures d'organisation, de nouveaux marchés, processus, et matériaux, par des moyens qui, éventuellement, n'existaient pas auparavant.
- B. Le paradigme de la création d'une organisation :** Selon GARTNER l'entrepreneuriat est la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes. De façon empirique, ce concept peut être défini comme une activité liée à la formation de nouvelles entreprises et au self-employment. Organiser constitue le processus qui conduit l'entrepreneur à créer ou modifier une organisation compte tenu des logiques de marchés et de contexte, pour valoriser l'opportunité.
- C. Le paradigme de la création de valeur :** Selon RONSTADT, BRUYAT et JULIEN Cette approche définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur, qu'elle soit individuelle, économique ou sociale.
- D. Le paradigme de l'innovation :** Dans la lignée des travaux de Schumpeter, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation cette dernière peut prendre de

³ CHAMBARD Olivia, Op-cit, P : 105.

⁴ VERSTRAETE Thierry et FAYOLLE Alain, Paradigme et entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, 2005, vol 4, N° 1, pp : 34-44.

nombreuses formes différentes (nouveaux produits ou services, nouvelles sources de matières premières, nouvelles méthodes de production, de distribution ou de vente, nouveaux marchés, nouvelle organisation...). L'innovation permettrait également de différencier les entrepreneurs des propriétaires-dirigeants de petites et moyennes entreprises (PME).

De ce fait, il existe des liens entre ses quatre axes de pensées, en parlant d'opportunité on parle de création de valeurs du moins pour celui qui l'a identifiée, et construire une opportunité peut correspondre à une innovation, et pour exploiter cette opportunité d'affaire il convient d'organiser ses ressources dans entreprise qui ne peut être pérenne sans création de valeur notamment pour ses parties prenantes, et plus la valeur apportée est importante, une innovation est souvent à l'origine.⁵

Ainsi, nous pouvons dire que l'entrepreneuriat est la création de valeurs et de richesses économiques à travers la création d'entreprise en saisissant les opportunités d'affaires et réussir en innovant.

1-1-3- Les apports de l'entrepreneuriat : L'entrepreneuriat a plusieurs apports. Selon FAYOLLE, il en existe Cinq :⁶

- A. **La création d'entreprise** : Elle recouvre trois situations différentes selon l'ACPE (l'agence pour la création d'entreprise) : la création ex nihilo (création d'entreprise nouvelle par un individu ou un groupe) ; la reprise d'entreprise (création d'entreprise à partir d'une reprise partielle ou totale des activités et des actifs d'une entreprise ancienne) et la réactivation d'entreprise en sommeil en redémarrant ses activités.
- B. **L'innovation** : selon l'économiste autrichien Joseph Schumpeter « la destruction créatrice » qui est l'émergence de nouvelles entreprises innovantes mettant en difficulté, voire entraînant la disparition d'entreprises existantes installées dans leurs secteurs d'activité et qui n'ont pas su (ou pu) adapter leurs produits, ou leurs services ou renouveler leurs technologies. De ce fait, les entrepreneurs constituent le moteur de ce processus de « destruction créatrice » en identifiant les opportunités que les acteurs en place ne voient pas ou /et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à de nouvelles activités économiques.

⁵ VERSTRAETE Thierry et FAYOLLE Alain, Op-cit, 2005, pp : 34-44.

⁶ FAYOLLE Allain, Introduction à l'entrepreneuriat, Paris : édition DUNOD, 2005, pp : 18-22.

- C. **La création d'emplois** : emplois créés ou sauvegardés au moment de l'acte entrepreneurial.
- D. **L'esprit d'entreprendre** : comme certaines caractéristiques entrepreneuriales : la prise d'initiatives, la prise de risques, l'orientation vers les opportunités, la réactivité ou la flexibilité n'hésitant pas à s'engager dans des démarches de changements et parfois même, de transformation assez lourdes et consommatrices d'énergie et de ressources.
- E. **Les mutations structurelles, politiques, économiques et sociales** : Après avoir défini l'entrepreneuriat et ses apports, nous jugeons important de définir l'acteur principal du processus entrepreneurial, à savoir l'entrepreneur

1-2-L'entrepreneur

Étant considéré comme acteur principal de l'acte entrepreneurial, l'entrepreneur est mis en avant dans la plupart des courants de pensée. Ainsi nous avons jugé important de retourner aux origines de ce concept pour y comprendre le sens.

1-2-1- Les origines du concept de l'entrepreneur : Il existe des différences dans les façons de définir l'entrepreneur. Chacun tend à voir et à définir l'entrepreneur à partir des prémisses de sa discipline. En effet, les économistes ont beaucoup associé l'entrepreneur à l'innovation, alors que les behavioristes ont beaucoup écrit sur les caractéristiques créatives et intuitives attribuées à l'entrepreneur.⁷

A. Les économistes : Ce qui intéresse les économistes, c'est avant tout de mieux comprendre le rôle que joue l'entrepreneur comme dynamo du système économique. En ce sens, les économistes voient l'entrepreneur tant comme un "déceleur" d'occasions d'affaires, et un créateur d'entreprises, qu'un preneur de risques, Richard Cantillon fut le premier à présenter une conception claire de l'ensemble de la fonction de l'entrepreneur, il était essentiellement un banquier qu'on qualifierait, de nos jours, de prêteur de capitaux de risque. Préoccupé par une gestion astucieuse et économe, qui optimise le rendement sur le capital investi. Il sait analyser une opération, voir où elle est profitable et où elle pourrait le devenir davantage. Pour lui l'entrepreneur achète une matière première - souvent produit de l'agriculture - à un prix certain pour la transformer et la revendre à un prix incertain. C'est donc quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques.

⁷ FILION Louis Jacques, Le champ de l'entrepreneuriat: historique, Revue internationale P.M.E, 1997, Volume 10, N°2, p : 132.

Jean-Baptiste Say est le deuxième auteur qui s'est beaucoup intéressé aux activités de l'entrepreneur. Il voyait le développement de l'économie par la création d'entreprises. Il a essentiellement intégré dans ses écrits deux grands courants de pensée de son époque : celui des physiocrates et celui de la révolution industrielle en Grande-Bretagne, qu'il essaiera de transposer en France. Il appliquera à l'entrepreneur la pensée libérale proposée par des physiocrates pour développer l'agriculture. Qualifié du « père du champ de l'entrepreneuriat » il fera une différence entre l'entrepreneur et le capitaliste, entre les profits de l'un et de l'autre.

Mais c'est Joseph Schumpeter qui donne son envol au domaine de l'entrepreneuriat. Il l'associe nettement à l'innovation pour expliquer le développement économique. «L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise... cela a toujours à faire avec l'apport d'un usage différent de ressources nationales qui sont soustraites de leur utilisation naturelle et sujettes à de nouvelles combinaisons.»

Une des critiques formulés à l'égard des économistes, c'est de n'avoir pas su faire évoluer la science économique et d'avoir été incapable de créer une science du comportement économique de l'entrepreneur et le refus par les économistes d'accepter des modèles à la limite non quantifiables marque les limites de cette science en entrepreneuriat. Ceci amènera le monde de l'entrepreneuriat à se tourner vers les behavioristes pour mieux approfondir la compréhension du comportement de l'entrepreneur.⁸

B.Les behavioristes : Les “behavioristes” incluent les psychologues, psychanalystes, sociologues et autres spécialistes du comportement humain. Un des premiers de cette discipline à s'intéresser aux entrepreneurs fut Max Weber (1930). Il a identifié le système de valeur comme fondamental pour expliquer le comportement des entrepreneurs. Il les voyait comme des innovateurs, des gens indépendants possédant une source d'autorité formelle de par leur rôle de dirigeants d'entreprises. Mais celui qui a démarqué dans les sciences du comportement face aux entrepreneurs fut David C. McClelland (1961) qui a remarqué que les générations suivantes prennent ces héros comme modèles et se font une large idée de ce qu'il est possible d'accomplir. Ce qui leurs procurent un fort besoin de réalisation. Selon McClelland « Un entrepreneur est quelqu'un qui exerce un contrôle sur une production qui ne sert pas qu'à sa consommation personnelle ». Suivant cette définition, un gestionnaire dans une unité de production est un entrepreneur. Toutefois, il aura certainement montré que l'être

⁸ FILION Louis Jacques, Op-cit ,1997 , p : 132.

humain est un produit social. Du fait que les hommes tendent à reproduire leur propre modèle. On peut penser que plus le nombre d'entrepreneurs dans une société sera élevé, plus nombreux et valorisés seront les modèles d'entrepreneurs présents, Et choisir l'entrepreneuriat comme voie de carrière.⁹

Après McClelland, les behavioristes vont dominer la discipline de l'entrepreneuriat pendant 20 ans, jusqu'au début des années 1980. Ou on cherche à savoir qui est l'entrepreneur et quelles sont ses caractéristiques.

C.L'école des traits de caractère : Ce mouvement se reflète par des recherches qui montreront toute une série de caractéristiques attribuées aux entrepreneurs. Le tableau 1 ci-dessous présente les plus courantes.

Tableau (2) : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude Initiative
Énergiques	Apprentissage
Persévérants	Utilisation de ressources
Originaux	Sensibilité envers les autres
Optimistes	Agressivité
Orientés vers les résultats	Tendance à faire confiance
Flexibles	Argent comme mesure de performance
Débrouillards	

Source: FILION Louis Jacques, Le champ de l'entrepreneuriat: historique, Revue internationale P.M.E, 1997, Volume 10, N°2, pp : 137

Il n'y a pas de profil psychologique scientifique absolu de l'entrepreneur. Car il peut exister différents échantillonnages. Partant de la logique qu'une caractéristique se développe à l'usage d'un métier. On peut penser qu'un échantillon étudiant des entrepreneurs qui ont lancé une entreprise depuis deux ans n'établira pas le même profil qu'un échantillon étudiant des

⁹ FILION Louis Jacques , Op-cit, 1997, p :136.

entrepreneurs qui ont lancé une entreprise depuis 20 ans. Les formations et emplois antérieurs auront aussi une influence, ainsi que la religion, les valeurs du milieu d'éducation, la culture familiale, etc. Aussi il existe plusieurs définitions de l'entrepreneur. Pour certains, est entrepreneur toute personne qui crée une entreprise, tandis que, pour d'autres, les entrepreneurs sont ceux qui ont créé des entreprises qui ont grossi, et enfin pour d'autres de l'école schumpétérienne, est entrepreneur toute personne qui apporte des innovations.

KETS DE VRIES (1985) suggère simplement que les entrepreneurs sont des gens mal ajustés qui ont besoin de créer leur propre environnement non pas tant par attirance pour le travail à leur compte que suite à un ajustement inadéquat à leur milieu de travail. D'autres chercheurs ont observé un degré de névrose plus élevé chez l'entrepreneur que parmi la population en général. Cela peut se comprendre car la nature des activités de l'entrepreneur l'amène à des états de déséquilibres personnels constants. On a souvent remarqué qu'il faut une grande stabilité émotionnelle pour bien opérer comme entrepreneur.¹⁰

En somme l'être humain est un produit de son milieu. Plusieurs auteurs ont montré que les entrepreneurs reflètent les caractéristiques du temps et du lieu où ils ont évolué. En d'autres termes l'entrepreneuriat est un phénomène régional (les cultures, les besoins, les habitudes d'une région façonnent des comportements).

Selon FILION l'entrepreneur doit non seulement définir ce qu'il doit faire mais aussi ce qu'il doit apprendre pour être en mesure de le faire. Comme avoir un niveau élevé d'internalité pour réussir. Mais il ne s'agit cependant pas d'une caractéristique propre aux entrepreneurs car on la retrouve dans plusieurs autres catégories de leaders et de gens qui réussissent.¹¹

De plus en plus le terme "comportement" cède sa place aux compétences requises pour bien fonctionner comme entrepreneur, de même que vers les modes d'apprentissage personnels et organisationnels requis pour bien s'ajuster à l'évolution des activités reliées à l'exercice du métier d'entrepreneur.

1-2-2-Définition de l'entrepreneur : Selon Frank Janssen et al le terme « entrepreneur » remonte à la fin du XVI^e siècle, époque à laquelle il apparaît dans la langue française pour être repris, bien plus tard, dans la langue anglaise. Ce terme a fait l'objet d'une multitude de définitions.

¹⁰ FILION Louis Jacques , Op-cit, 1997, p :139.

¹¹ Ibid, p140.

L'entrepreneur pourra être le créateur de nouvelles organisations, le repreneur d'organisations existantes, voire un employé développant de nouveaux projets au sein de son organisation. On parlera dans ce cas « d'intrapreneur » ou « d'intrapreneuriat ».¹²

L'entrepreneur est l'individu ou le groupe d'individus qui réussit (ou réussissent) à identifier dans son (leur) environnement une opportunité et qui arrive (ou arrivent) à réunir les ressources nécessaires pour l'exploiter en vue de créer de la valeur de toute forme de richesse (argent, indépendance, réalisation de soi, etc.), non seulement pour les parties prenantes dans l'organisation (actionnaires, employés, clients, etc.), dans l'environnement (progrès social et économique) mais également, et principalement, pour l'entrepreneur lui-même.

L'entrepreneur est aussi un acteur stratégique ayant des capacités d'anticipation, en sachant aller chercher le changement, agir sur lui et l'exploiter comme une opportunité.¹³

Dans certaines cultures, l'entrepreneur est présenté comme le héros des temps modernes. Dans d'autres, il est assimilé au capitaliste exploitant les masses laborieuses. Certains distinguent l'entrepreneur, novateur et motivé par le profit ou la croissance, du propriétaire-dirigeant, plutôt animé par des aspirations personnelles et familiales. Le terme « entrepreneur » est souvent utilisé pour représenter des réalités fort différentes les unes des autres (le patron ou le dirigeant d'une entreprise de haute technologie cotée sur le Nasdaq ; le fondateur d'une association caritative ou l'héritier d'une vieille entreprise familiale).

Enfin nous pouvons dire que l'entrepreneur est un acteur économique qui prend des risques, s'investi dans une nouvelle entreprise ou dans un nouveau projet (intrapreneuriat ou extrapreneuriat) en étant motivé et réussi à exploiter des opportunités d'affaire et en fait bénéficier toutes les parties prenantes. Mais pour se lancer dans un projet ou une création d'entreprise, l'entrepreneur a ses propres raisons et motivations qu'on va développer dans le point qui suit.

1-2-3 Motivations des entrepreneurs: Dès le début des années 1960, un certain nombre de travaux portant sur les grandes entreprises ont montré que les objectifs poursuivis par les dirigeants d'entreprises étaient plutôt l'accroissement des parts de marché de l'entreprise, le prestige ou le pouvoir. Mais, bien souvent, ce n'est pas la motivation première de l'entrepreneur. Il poursuit fréquemment des objectifs non lucratifs, tels que la satisfaction

¹² JANSSEN Frank, *Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat*, 2^{ème} édition, Paris, édition de boeck supérieur, 2016, P : 34.

¹³ FAYOLLE Allain, *Op-cit*, 2005, p : 20.

Chapitre (I)

psychologique d'être son propre patron, l'indépendance professionnelle ou financière. À côté de l'objectif d'autonomie, il en existe une multitude d'autres comme la volonté d'assurer un revenu ou un emploi pour sa famille, le désir de réaliser des produits de qualité, la créativité, le pouvoir, le statut, la réalisation individuelle, la pérennité de l'entreprise, etc.

Les motivations de l'entrepreneur peuvent être regroupées sous deux catégories génériques : les motivations de type « pull », qui sont des facteurs intrinsèques que l'entrepreneur contrôle en prenant la décision lorsque les avantages matériels ou non matériels du statut d'indépendant excèdent ceux qui sont obtenus en gardant un statut de salarié ou de sans-emploi, et les motivations de type « push » découlant d'un conflit entre la situation actuelle de l'entrepreneur et celle qu'il souhaiterait connaître, qui sont des facteurs extrinsèques sur lesquels le dirigeant n'a que peu d'emprise. Pour Johnson et Darnell (1976). La distinction push-pull a cédé la place aux concepts d'« entrepreneur de nécessité » (push) et d'« entrepreneur d'opportunité » (pull).¹⁴Le tableau ci-dessous expose les différents points de vue d'économistes et chercheurs en ce qui concerne les motivations entrepreneuriales.

Tableau (3) : Catégories des motivations entrepreneuriales

	Innovation	Indépendance	Reconnaissance	Rôles	Succès financier
Schienberg and MacMillan (1988), Shane et al., (1991), Birley et Westhead (1994)	Le besoin de développement personnel: -Prouver ma capacité de développer une nouvelle idée. -Pour continuer d'apprendre. -Etre innovateur et me tenir à la fine	Besoin d'indépendance -Avoir un contrôle sur mon emploi de temps. -Pour obtenir une flexibilité pour la vie privé. -Jouer d'une pleine liberté vis-à-vis de mon travail.	Besoin d'approbation: Pour être respecté par mes amis. -Atteindre un niveau et obtenir de la reconnaissance sociale - Hausser le statut Familial - Avoir plus d'influence dans	continuer la tradition familiale. -Avoir plus d'influence dans mon milieu. -Suivre l'exemple de quelqu'un que j'admire.	Instrument de richesse: gagner plus d'argent - Besoin d'argent pour survivre. - Assurer la sécurité de soi et de ma famille. -Accéder au

¹⁴ HIMRANE Mohamed et Hocine HASSANI, Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Revue Algérienne de développement économique, 2017, N°6, P : 16.

	pointe des Technologies -Contribution directe au succès de l'entreprise Apprentissage -Développer une idée pour un produit		mon milieu. -Faire plus d'argent.		bénéfiques indirects. -Pour contribuer au bien-être de mes proches
--	---	--	---	--	---

Source : HIMRANE Mohamed et Hocine HASSANI, Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Revue Algérienne de développement économique, 2017, N°6, P : 16.

En récapitulant, on pourrait dire que les principales motivations de l'entrepreneur sont les besoins d'indépendances et de reconnaissance, le besoin d'innover et la réussite financière, ou tout simplement par certaines circonstances adopter ce concept et développer une activité entrepreneuriale.

Ainsi chaque individu est influencé par tels facteurs ou par d'autres, et chaque entrepreneur a son propre parcours professionnel et social, ce qui nous induit à s'intéresser à la typologie de l'entrepreneur.

1-2-4-Typologie de l'entrepreneur: On ne peut présenter le domaine de l'entrepreneuriat sans parler de typologies d'entrepreneurs. Elles s'avèrent un outil utile dans notre champ d'étude pour comprendre la nature de l'entrepreneur ou il existe une si grande diversité de cas. Certains auteurs ont tentés d'établir des typologies entrepreneuriales, liées notamment aux motivations. L'un des premiers à suggérer une typologie fut H.Cole et avec l'aide de Joseph SHUMPETER ils ont créé le centre d'entrepreneuriat à l'université d'Harvard à la fin

des années 1940.¹⁵ Parmi ces différentes typologies nous en citons quelques définitions reprise des pionniers A.SMITH, LAUFER, Julien et MARCHESNAY dans le tableau ci-dessous.

Tableau (4) : Différentes typologie et définitions des entrepreneurs dans la littérature

Le type d'entrepreneur	Sa définition
L'artisan	Son niveau d'instruction est relativement limité, il détient des compétences techniques très élevé et maîtrise son métier. On le retrouverait dans des secteurs peu innovants. Il est surtout motivé par les avantages intrinsèques liés à son rôle de chef d'entreprise, tels que l'autonomie, le contrôle et le statut ou le pouvoir (ne cède pas en matière de management et de leadership). Il est plus préoccupé par la survie de son entreprise que par sa croissance.
L'opportuniste (l'innovateur)	A un niveau d'instruction élevé. C'est souvent un ancien manager aux expériences professionnelles variées. Son objectif est la croissance de son entreprise. Il a un style de management participatif, qui le pousse à déléguer aisément. Il planifie à long terme et on le trouve dans des secteurs plus innovants
L'entrepreneur Manager ou innovateur	Souvent diplômé de grandes écoles, il innove et rajoute de la valeur dans le marché. - il est intéressé d'abord par ses aptitudes managériales. Et donc l'expansion rapide de son entreprise et la rentabilité sont des critères objectifs qui prouvent la qualité de sa gestion.

¹⁵ VERSTRAETE Thierry, Histoire d'entreprendre les réalités de l'entrepreneuriat : typologies d'entrepreneurs Est-ce vraiment utile?, Paris : édition EMS Management & société, 2000, p : 254.

propriétaire-dirigeant	est celui qui crée et gère une entreprise dans le but principal d'accomplir ses objectifs personnels. L'entreprise est sa principale source de revenus. Il a des aspirations personnelles et familiales et des besoins d'autonomie financière et n'accepte pas d'actionariat.
L'entrepreneure refusant la croissance	A un niveau moyen d'instruction Il a un besoin de pouvoir plus que le propriétaire. Il atteint ses objectifs et se contente de ça, et ne prend pas le risque de croire son affaire et perdre le contrôle.
Entrepreneur PIC (pérennité, indépendance, croissance)	place la pérennité de son entreprise au premier plan. De ce fait, il cherche à rester indépendant et refuse les apports de capitaux externes à l'entreprise. Il acceptera la croissance de son entreprise que dans la mesure où elle ne menace pas la pérennité de l'entreprise et son indépendance
Entrepreneur CAP (croissance forte, autonomie, peu de pérennité)	visé une croissance forte. S'il souhaite conserver une autonomie de décision, l'indépendance financière ne le pré- occupe guère.

Source : JANSSEN Frank, Op-cit, 2016, P : 44

SMITH (1967) distingue deux types d'entrepreneurs : l'artisan et l'opportuniste. LAUFER (1975) finalise son étude dans le cadre de création d'entreprise de plus de 60% des entreprises en grande Bretagne par une distinction de quatre types d'entrepreneur (le manager, le propriétaire-dirigeant, l'entrepreneur refusant la croissance et l'artisan). Julien et MARCHESNAY (1996) on distingue chez lui trois grandes aspirations socioéconomiques : la pérennité de l'entreprise, l'indépendance et la croissance. Sur base de ces aspirations, ils distinguent deux logiques d'action et dégagent deux grands types d'entrepreneurs. Le premier, appelé « entrepreneur PIC » (pérennité, indépendance, croissance). Le second, appelé « entrepreneur CAP » (croissance, autonomie, pérennité).

Néanmoins, la réalité entrepreneuriale est difficilement réductible à l'une ou l'autre catégorie. De plus, les comportements entrepreneuriaux sont également en fonction de variables externes et sont susceptibles d'évoluer au fil du temps (WITTERWULGHE, 1998).¹⁶

1-2-5 Les caractéristiques de l'entrepreneur : De nombreuses études ont tenté d'identifier les caractéristiques qui prédisposent les individus à une activité entrepreneuriale. On distingue alors deux genres de caractéristiques : démographiques et psychologiques.¹⁷

A.Caractéristiques démographiques : Comme le sexe, l'âge, l'ethnicité ou l'état civil, et sa tendance à faire de l'entrepreneuriat son choix de carrière. L'âge est généralement associé à un comportement plus conservateur, poussant les individus à privilégier des objectifs de sécurité salariale et professionnelle. Le sexe peut contribuer à déterminer les opportunités d'emploi et d'accès à des réseaux professionnels d'un individu. Les femmes qui se lancent dans une carrière d'indépendante, seraient désavantagées par rapport aux hommes à cause de barrières liées à l'éducation, à la pression familiale et à l'environnement professionnel. Dans le cas de l'appartenance à une minorité ethnique, l'entrepreneuriat peut constituer un facteur d'intégration sociale.

B.Caractéristiques psychologiques : D'autres études portent sur les caractéristiques durables de la personnalité, ou des traits psychologiques que nous allons évoqués dans ce qui suit :

a.Le besoin d'accomplissement : Tout besoin d'exceller et d'atteindre un certain but dans un objectif d'accomplissement personnel (McCLELLAND, 1961). Ce besoin d'accomplissement (ou « nach », pour « need for achievement ») est généralement plus important chez les individus qui préfèrent des tâches contenant un défi aux tâches routinières. Ces individus prennent des responsabilités personnelles à propos de leur performance, sont à la recherche de moyens nouveaux et meilleurs pour améliorer leur prestation.

b.La prise de risques : (McCLELLAND, 1961) : Elle peut se révéler dans le choix de poursuivre une idée d'affaire dont les probabilités de succès sont faibles. Or, cette tolérance au risque est plus importante chez certains individus que chez d'autres. La création d'entreprise serait réservée à ceux qui auraient une moindre aversion au risque

c.L'esprit inventif : Il s'agit de la préférence pour de nouvelles façons d'agir et de faire les choses. Dans le cas de la création d'entreprise, cette préférence ira à l'introduction de

¹⁶ JANSSEN Frank, Op-cit, 2016, p:43.

¹⁷ Ibid, p:45.

nouveaux produits, de nouveaux services, de nouveaux marchés, de nouveaux modèles d'affaires ou de nouvelles technologies.

d.L'autonomie : (DAVIDS, 1963) Le besoin d'autonomie se manifeste chez les individus qui préfèrent mettre en place leurs propres objectifs, développer des plans d'action et contrôler eux-mêmes la réalisation de leurs objectifs. Ces individus cherchent à éviter les restrictions et les rôles établis dans les organisations et choisissent ainsi une activité indépendante. Selon Kets De Vries (1977), l'entrepreneur serait une personne déviante incapable de se soumettre à l'autorité d'autrui et de s'adapter aux structures d'une organisation existante.

e.Contrôle de son destin : Concept issu d'une théorie développée par ROTTER dans les années 1960. Selon BORLAND l'entrepreneur aurait une motivation de contrôle du destin : pour lui, les conséquences de ses actions dépendraient de son propre comportement et ne seraient pas le résultat du hasard ou la décision d'autrui.

f.La confiance en soi : (DAVIDS, 1963) Il s'agit de la confiance en sa capacité à réaliser efficacement certaines actions. Les individus qui ont une grande confiance en eux résolvent mieux les problèmes. Ils seraient plus intuitifs, auraient un plus grand espoir de réussite et s'engageraient dans des perspectives à long terme.¹⁸

Toutefois Ces études portant sur les traits ont été largement critiquées. Ainsi en s'intéressant aux traits de personnalité, on finissait par décrire l'entrepreneur comme « une personne pleine de contradictions et tellement remplie de traits qu'elle pourrait être n'importe qui ». Il s'agirait plutôt de caractéristiques communes aux individus « à succès », qu'ils soient entrepreneurs, managers ou autre. Ainsi pour clarifier plus le concept de l'entrepreneur ont tenté alors de prédire ses intentions et ses actions dans le cadre de l'entrepreneuriat

1-2-6- La prédiction du comportement entrepreneurial ou l'intention entrepreneuriale : Il s'agit de révéler les facteurs socioculturels, économiques, contextuel etc., qui favorisent l'acte entrepreneurial. L'objectif est d'expliquer l'entrepreneuriat à travers l'intention de l'entrepreneur, partant du principe selon lequel un comportement peut être prédit par

¹⁸ JANSSEN Frank, Op-cit, 2016, p:46.

l'intention le précédant. Deux modèles sont à la base de ce courant : le modèle de SHAPERO (1975) et le modèle du comportement planifié d'AJZEN (1991).¹⁹

A-Le modèle SHAPERO : (1975) SHAPERO et SOKOL (1982) ont cherché à modéliser la formation de l'événement entrepreneurial en terme de forces directives (déplacements) qui mènent un individu à aller dans une direction donnée a un moment donné. Pour Shapero la création d'entreprise est un phénomène multidimensionnel, il faut pour l'analyser prendre en compte, en plus des caractéristiques psychologiques du créateur, un certain nombre de facteurs contextuels : la discontinuité, la crédibilité et la faisabilité.²⁰

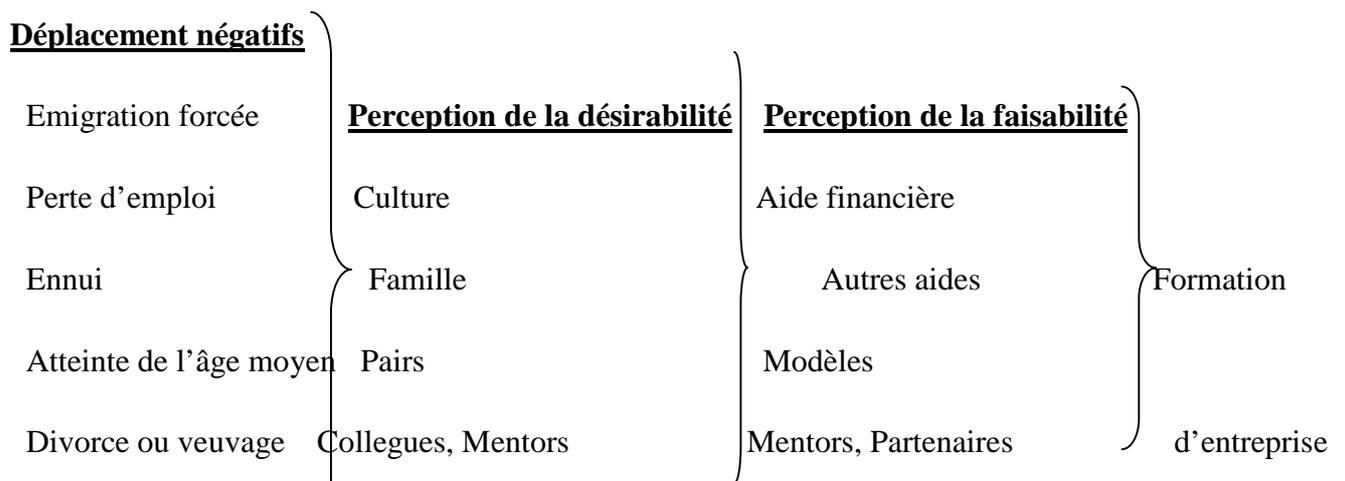
- a. La discontinuité ou déplacement, variable de situation :** l'entrepreneuriat résulte d'une multitude de situations : négatives appelées PUSHES comme le divorce, le licenciement, émigration...etc. Et positives appelées PULLS comme la reconnaissance d'une opportunité, offre d'un mode de financement, rencontre d'un client ou d'un fournisseur. Et les situations intermédiaires comme sortie de l'armée, sortie de l'école...etc.
- b. La crédibilité de l'acte, variable sociologique :** elle est essentiel pour passer à l'acte entrepreneuriale, et consiste a être capable de s'imaginer dans le rôle entrepreneuriale s'ajoute a cela la présence d'une culture entrepreneuriale déjà développée.
- c. La faisabilité de l'acte, variable économique :** c'est la disponibilité de certaines ressources pour le démarrage de l'entreprise, et souvent qualifiée des 6M (Money, Men, Machines, matériels, Market, Management). Mais la ressource la plus indispensable reste le capital de départ.

La figure suivante synthétise le modèle de formation de l'événement entrepreneurial selon le modèle de Shapero.

¹⁹ HERNANDEZ Emile-Michel, le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, L'Harmattan, Paris, 1999, p 35.

²⁰ HERNANDEZ Emile-Michel, Op-cit, 1999, p 35.

Figure (1) : La formation de l'événement entrepreneurial selon SHAPERO

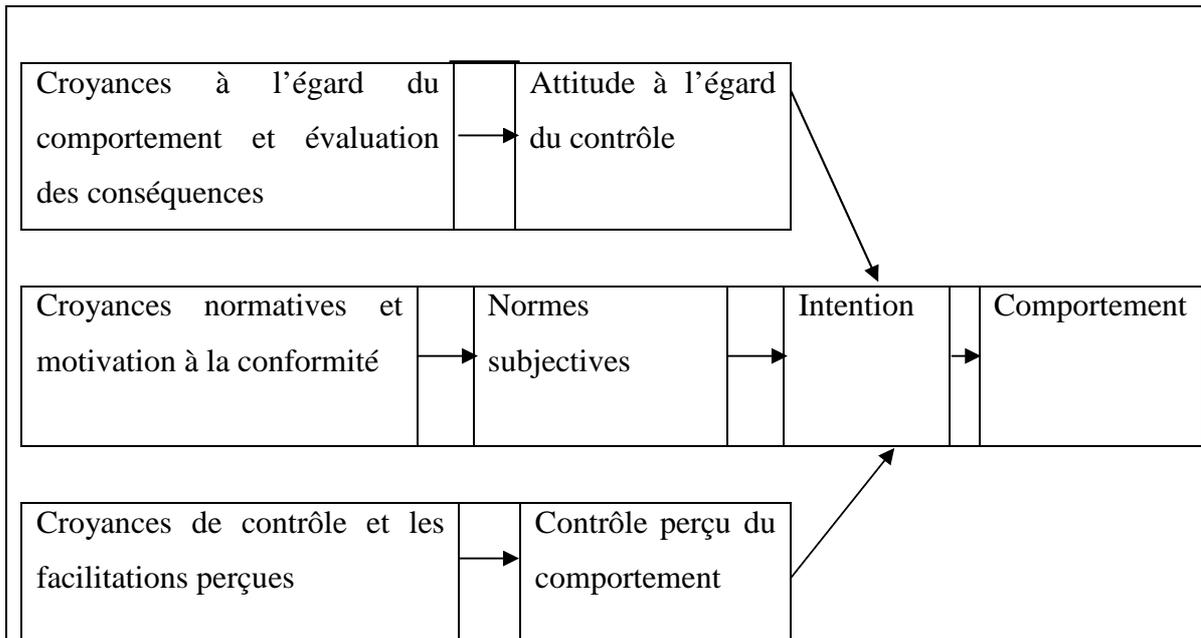


Source :FAYOLLE Alain et DEGEORGE Jean-Michel, dynamique entrepreneuriales, Paris,2012, p :110

B-Le modèle d'AJZEN (1991) : est à l'origine du modèle du comportement planifié. Il comporte trois niveaux d'analyse selon le schéma ci-dessous, qui s'explique à partir de l'intention d'une personne qui déterminera de façon direct son comportement ou son action. Au quels s'ajoute deux autres dimensions : le contrôle perçu c'est à dire l'idée de conscience dans l'action, mais cela reste relatif à une norme donnée, Les différentes normes subjectives qui vont influencer sur la réalisation de l'acte. Le comportement entrepreneurial est guidé par les croyances de l'entrepreneur par rapport à la norme sociale qui l'amène à entreprendre ou non.²¹

²¹ HERNANDEZ Emile-Michel, Op-cit, 1999, p 36.

Figure (2) : Le modèle de l'intention entrepreneuriale d'AJZEN



Source : Frank JANSSEN, *Entreprendre Une introduction à l'entrepreneuriat*, Collectif De Boeck Supérieur s.a. 2016 2e édition, 7 B-1348 Louvain-la-Neuve, p :55

La littérature a traité depuis de nombreuses années le domaine de l'entrepreneuriat et l'individu noyau centrale de l'acte entrepreneurial avec ses caractéristiques, ses motivations et son rôle identifié dans de multiples définitions venant de plusieurs courants de pensée selon des étapes différentes de l'histoire (les économistes, les behavioristes, l'école des traits de caractère).

L'entrepreneuriat avec ses différents aspects et facettes a conduit au développement de différentes formes d'entrepreneuriat et a mener à s'intéresser au processus entrepreneurial, que nous allons développer dans la deuxième section.

Section 2 : Les formes de l'entrepreneuriat et sa démarche

Il existe différentes formes d'entrepreneuriat compte tenu de la complexité de ce phénomène et la diversité des cas de figure, et rend son processus peu réductibles à des étapes prédéfinies. Ce qui a donné plusieurs modélisations de la démarche entrepreneuriale.

2-1-Les formes de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène vital pour l'économie et le développement des entreprises et de l'emploi. Ainsi, l'action entrepreneuriale prend différentes formes :²²

2-1-1- La création d'entreprise : On parle d'une création d'un établissement économique actif jusqu'alors inexistant dite « pure » ou création ex-nihilo, c'est-à-dire que l'idée ou le concept ou l'activité de l'entreprise créée n'a pas existé avant

2-1-2- La reprise d'entreprise : C'est l'acquisition partielle ou totale des activités et des actifs (structure, ressources humaine, matérielles et financières, une clientèle... etc) d'une entreprise ancienne en difficulté ou non.

2-1-3- La franchise : Un contrat entre un commerçant et une enseigne pour une notoriété d'une marque et d'un savoir-faire (recette originale, un soutien publicitaire, livraison de matières premières, formations initiale et continue et assistance commerciale et technique ...etc) en contre partie le franchisé s'acquitte d'une redevance.

2-1-4- L'essaimage : De par son nom fait référence à un phénomène biologique du mouvement des abeilles. C'est donc une pratique d'aide au développement de nouvelles activités par les salariés favorisant leur départ et la création d'emplois dérivés. Selon Louis Jaques Filion, il définit trois types d'essaimage : l'essaimage interne (spin-off) qui concerne un ou plusieurs membres du personnel de l'organisation essaimage qui crée une entreprise à partir d'une technologie développée au sein de l'organisation essaimage ; l'essaimage externe (spin-in) qui est une création d'une entreprise par un chercheur externe de l'organisation essaimage mais utilise une technologie développée au sein de celle-ci et enfin l'essaimage de sortie (spin-out) qui est de créer une entreprise à partir d'une technologie dont l'organisation essaimage ne veut plus.

2-1-5- L'intrapreneuriat : C'est une forme d'entrepreneuriat qui s'exerce à l'intérieur de l'organisation souvent dans le cas de création de nouvelles filiales ou entités autonomes gérées par un salarié capable de créer et développer un centre d'activité spécifique (agence, filiale, établissement à l'étranger).

²² VERSTRAETE Thierry, Op-cit, 2000, p : 149-238

2-1-6- L'extrapreneuriat : C'est une forme d'essaimage avec une dépendance directe de cette nouvelle structure à l'entreprise mère tout concernant le transfert des personnels en externalisant de nouvelles activités qui sont identique ou proche de l'activité de base.

2-1-7- L'entrepreneuriat solidaire et social : Il s'agit de la création et le développement des organisations a but non lucratif par des activités bénévoles comme les projets associatif.

2-1-8- La techno-entrepreneuriat : Il s'agit d'entreprendre un projet innovant dans le domaine des TIC comme les entreprises de développement de logiciel.

2-1-9- l'entrepreneuriat familial : généralement la propriété, le contrôle et l'implication de la famille dans l'entreprise sont retenus pour définir ce concept. Selon Davis et TAGIURI l'entreprise familiale comme une organisation où deux ou plusieurs membres de la famille étendue influencent la marche (la direction) de l'entreprise à travers l'exercice des liens de parenté, des postes de management ou des droits de propriété sur le capital.²³

Il existe d'autres formes d'entrepreneuriat comme l'entrepreneuriat international, Le Mampreneuriat, l'entrepreneuriat collectif, le life-style entrepreneuriat. Nous avons choisit de citer celles qui sont les plus représentées dans la littérature. Concernant l'entrepreneuriat féminin, il représente l'objet principal de notre travail de recherche, nous y reviendrons en détail dans le deuxième chapitre.

Après avoir développé différentes formes d'entrepreneuriat, il nous semble important de traiter la démarche ou le processus entrepreneurial.

2-2-Le processus entrepreneurial

Le processus entrepreneurial correspond à un ensemble de décisions, actions et orientations, qui sont prises en fonction de perceptions et d'analyse de situations que les individus ont et font, compte tenu de leurs buts, de leur motivation, de leurs ressources et de l'état de leur environnement. , mais dans ce qui suit nous allons nous contenter d'une seule modélisation celle de BRUYAT.

²³ VERSTRAETE Thierry, Op-cit, 2000, p : 149-238

Chapitre (I)

Le processus entrepreneurial se définit comme la démarche utilisée par l'entrepreneur pour démarrer son entreprise et atteindre ses objectifs, il est en général composé des étapes suivantes :²⁴

- Idée ou opportunité pour la création ou la reprise d'entreprise ;
- Formalisation en projet: On passe de l'idée à la démarche entrepreneuriale ;
- Faisabilité du projet: le projet doit être techniquement faisable et économiquement viable avec une étude du marché (Concurrence, besoin, clients, analyse swot) ;
- Choix des moyens et des ressources: le créateur d'entreprise va devoir réunir les ressources nécessaires, et notamment les fonds lui permettant de démarrer son activité (plan de financement) ;
- Plan d'affaires: Il doit permettre de convaincre les investisseurs de financer la création. Il donne une vision synthétique de l'activité et ses contours pour les cinq premières années en business plan canevas composé de 9 blocs (partenaires clés, activité clé, ressources clé, proposition de valeur ou offre, relation clients, canaux de distribution, segment de clientèle, structure de coûts, flux de revenus) ;
- Organisation des ressources en fonction des besoins de l'entrepreneur et l'engagement des ressources dans un processus entrepreneurial d'une manière étagée, par activité, et non pas en une seule fois. Cela signifie, qu'à l'issue de chaque activité, le projet peut être abandonné ou reformulé. A titre d'exemple, les activités à considérer dans une création d'entreprise pourraient être l'évaluation de l'opportunité, l'étude et la formulation du projet, le montage juridique et le financement du projet, le lancement des activités ;
- Démarrage de l'activité.

A partir des travaux de BRUYAT (1993), l'engagement dans une démarche de création d'une entreprise est un ensemble de séquences d'actions-décisions échelonnées dans le temps.²⁵ Le processus ne se déclenche que si et seulement pour l'entrepreneur des actions qui sont perçues par l'individu comme étant souhaitables et possibles pour que son projet puisse apparaître et se développer et créer de la valeur. Selon une étude de Filion et al, mené

²⁴ FAYOLLE Alain, Op-cit, 2005,P :87-94.

²⁵ BOURGUIBA Malek, De l'intention à l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE Françaises et Tunisiennes, thèse de Doctorat,2007, p :37.

Chapitre (I)

au Québec en 2004 sur un échantillon de 200 créateurs d'entreprise, le processus entrepreneurial suit quatre étapes :²⁶

- L'initiation : elle consiste à identifier et rechercher l'occasion d'affaire, ensuite la réflexion et le développement de l'idée, et enfin la prise de la création de décision ;
- La préparation : L'entrepreneur rédige un plan d'affaire qui découle d'une étude de marché appuyée par une connaissance de l'environnement afin d'élaborer un plan stratégique et peut faire appel à un expert-comptable, ainsi que la mobilisation des ressources aussi bien tangibles (information, capital humain) qu'intangible (capitale sociale, physique, financier et organisationnel). En plus la constitution de l'équipe entrepreneuriale : les partenaires de l'entreprise (fournisseur, banque, clients...) et l'enregistrement de la marque de commerce et/ou brevet ;
- Le démarrage : Il concerne les démarches d'enregistrement juridique de l'entreprise (le statut juridique et l'inscription au centre de registre de commerce) cela implique l'engagement totale de l'entrepreneur. Cette phase connaît une opération d'embauche des employés, son premier produit et ses premières ventes ;
- La consolidation : réalisation d'une politique de marketing est primordiale dans cette phase afin de promouvoir les produits et services de l'entreprise, aussi la planification formelle (stratégie consolidée) à travers des études et des recherches plus élaborées, et enfin la gestion à l'aide d'un système d'organisation et de contrôle.

Le processus entrepreneuriale « classique » dit aussi causale puisque ce sont d'abord les causes (et moyens) qui sont recherché pour atteindre un effet attendu préalablement défini. Selon le postulat « Dans la mesure où nous pouvons prédire l'avenir, nous pouvons le contrôler », autrement dit, dès que la première phase de détection de l'opportunité découverte et construite²⁷, l'entrepreneur réfléchit alors aux moyens nécessaire a mettre en place notamment en rédigeant le plan d'affaire (business plan). Lorsque celui-ci est validé, l'entrepreneure s'engage seul ou en équipe avec des partenaires financiers ou non dans la phase de création proprement dite avec le démarrage de l'activité. Autrement dit l'entrepreneur exécute de grandes idées novatrices déjà planifiés, éventuellement définit un but précis et cherche par la suite les moyens nécessaires.

²⁶ HIMRANE Mohamed, Thèse doctorale, L'entrepreneuriat féminin au Maghreb : étude comparative et analytique des déterminants macros entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, 2017, P :19

²⁷ D'ANDRIA Aude, Un éclairage sur le processus entrepreneurial des Mampreneurs. Etude exploratoire de leur dynamique effectuale, Revue de l'entrepreneuriat, N°1, Vol 13, 2014, P :14

Sauf que cette démarche ne correspond pas à la réalité vécue par les entrepreneurs. Souvent, ils se lancent avec les moyens dont ils disposent et c'est ces derniers qui définissent leurs objectifs selon une approche appelée « effectuale » à travers le postulat « Dans la mesure où nous pouvons contrôler le future, nous n'avons pas besoin de le prédire » c'est-à-dire, agir sur ce qui peut être contrôlé afin de pouvoir accueillir et transformer les opportunités potentielles qui peuvent se présenter comme c'est souvent le cas au tout début du démarrage de l'activité et revenir vers une logique causale dès que l'activité est bien en marche donc moins d'incertitude.²⁸

Selon l'étude de SARASVATHY, menée sur 27 entrepreneurs expert ayant réussi la création de leurs entreprises, montre que la plupart d'entre eux partent d'une idée voire pas d'idée du tout. Ensuite développent leurs objectifs au fur et à mesure de l'avancée du projet entrepreneuriale avec leurs moyens, définissent les pertes acceptables de l'investissement, privilégient les partenariats, s'attendent à l'imprévu et enfin privilégient l'action à l'analyse (privilégier le contrôle à la prédiction), s'ajoute a cela le fait de se poser les questions suivante :²⁹

- Qui suis-je ? (traits, préférences et compétences) ;
- Que sais-je ? (les études, formations, expertise et expérience) ;
- Qui connais-je (réseaux sociaux et réseaux professionnel).

Ainsi, nous pouvons dire que l'entrepreneuriat sous ses différentes formes nécessite un investissement de l'individu (personnalité de l'entrepreneur) pour créer et innover a travers une certaine démarche immatériel (esprit d'entreprendre et de persévérance) et technique concernant l'idée d'affaire qui s'ajoute a une méthodologie pour dénicher l'idée d'affaire (faire de la veille, consulter des professionnels ou des logiciel d'appréciation d'investissement).

Conclusion

A travers ce premier chapitre, nous avons pu constater la complexité et l'interdisciplinarité de l'entrepreneuriat, ce qui justifie qu'autant de champs présentent des problématiques liées à l'entrepreneuriat comme la gestion de projet, les méthodes de créativité

²⁸ D'ANDRIA Aude, Op-cit, 2014, P :14

²⁹ Ibid, 2014, p : 14.

Chapitre (I)

finance (spécificités financières, organismes de financement, gouvernance...), la stratégie (orientation entrepreneuriale pour évaluer les politiques publiques , entrepreneuriat international...) ou le marketing (diffusion des innovations, franchise...). Nous avons pu aussi constater le caractère stratégique de l'entrepreneur, ses motivations et le processus par lequel passe la création d'entreprise, tout en énumérant différentes formes que peut prendre l'acte entrepreneurial.

**Chapitre (I I) : L'entrepreneuriat
féminin en Algérie : évolution
et caractéristiques**

Introduction

Selon RAJEMISON (1993) désormais reconnu dans le monde entier qu'il ne peut y avoir de développement sans participation de la femme. Avec plus de 200 millions de femmes entrepreneures à travers le monde et le fait qu'elles réinvestissent 90 % de leurs profits dans l'éducation, la santé et la nutrition, elles font l'objet d'attentions multiples de la part de tous les observateurs de la vie économique.¹

En raison de son rôle dans le développement économique, l'entrepreneuriat féminin peut servir comme levier fondamental pour la diversification de l'économie algérienne qui souffre de sa dépendance excessive des hydrocarbures. Pourtant, des barrières sociales et culturelles subsistent et réduisent l'accès aux ressources humaines, sociales et financières nécessaires à la création et au développement d'entreprise.

L'objectif de ce chapitre est d'essayer d'approcher le champ de l'entrepreneuriat féminin en général, puis de porter l'attention sur les femmes en projet de création d'entreprise en Algérie.

Section 1: Généralités sur l'entrepreneuriat féminin.

L'entrepreneuriat féminin, a à la fois, les particularités de l'identité féminine et celles de l'entrepreneuriat et n'est plus comme une simple stratégie professionnelle, mais plutôt comme une stratégie de vie.

Le modèle le plus explicite du phénomène de l'entrepreneuriat féminin est celui qui prend ses sources dans la théorie du genre qui renvoie aux catégorisations sociales (le masculin et le féminin) et à l'étude des différences hommes-femmes en terme socioculturel concernant la manière dont les individus intériorisent les valeurs et les comportements attendus par la société. L'entrepreneuriat est devenu une source d'emplois sans cesse croissants pour les femmes dans de nombreux pays.

Ce champ de recherche s'est longtemps appuyé sur des études comparatives avec le cadre masculin qui émet l'hypothèse implicite d'une norme entrepreneuriale masculine et qui le plus souvent analyse l'entrepreneuriat féminin en termes de désavantage.

Cette section a pour but de développer le sujet féminin dans l'entrepreneuriat, sa contribution et les obstacles qu'elle rencontre.

¹ JANSSEN Frank, Op-cit, 2016 , P :26.

1-1-L'approche du genre

Peu d'auteurs français ont engagé une réflexion sur le genre en entrepreneuriat ; c'est, par conséquent, la littérature anglo-saxonne qui nous fournit les principaux jalons théoriques.

1-1-1-A la recherche du genre : En 1948, Mead avait déjà établi un système de catégorisation, séparant les traits de caractère des hommes et des femmes. Par l'élaboration de classements, la catégorisation est un processus permettant de simplifier le réel en attribuant à chaque groupe d'éléments des caractéristiques particulières. Ce processus aboutit au stéréotype qui est, selon MOSCONI « un ensemble de traits et d'attributs censés caractériser les membres d'une catégorie sociale ». Ainsi, les stéréotypes de genre partagent notre monde social en deux univers distincts, masculin et féminin.

Le genre offre une vue sur les processus de séparation (masculin féminin) et sur le processus de hiérarchisation (une prévalence de la norme masculine) et permet de s'interroger sur le rôle de la société, l'individu et l'environnement social qui modèle l'enfant et le pousse à adopter les comportements codifiés culturellement et spécifique de chaque sexe. Selon Chancer et Watkins « l'approche sociologique nous explique comment la distinction s'est produite ». Ces deux auteurs vont donc aller étudier la question de la construction du genre et de l'identité sexuée. Les renforcements différenciés tels que les choix d'activités, les jouets, les livres etc. sont des éléments importants à prendre en compte dans le développement de l'identité du genre. Cela permet de dire que l'identité n'est pas donnée mais construite, à travers les interactions, les liens avec autrui. Dans ce cas, les filles ne naissent pas fille, comme le souligne aussi De Beauvoir écrivait « on ne naît pas femme, on le devient ».

Ce concept du genre conduit à envisagé l'idée que les femmes puissent développer une identité entrepreneuriale masculine ou féminine. Les caractéristiques associées à la masculinité sont l'indépendance, l'individualisme, l'autonomie, la compétition, l'ambition, tandis que la féminité s'exprime au travers de la loyauté, la sensibilité aux besoins des autres, la compassion, la douceur et la sympathie.² Le tableau suivant représente les caractéristiques psychologiques selon le genre.

² LEBEGUE Typhaine & PATUREL Robert, De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes Les transformations sur l'image de soi et les conséquences sur le temps du projet, p : 5.

Tableau (5) : Genre et caractères psychologique

Caractères psychologiques des hommes	Caractères psychologiques des femmes
Force physique, autonomie, indépendance de contraintes morales, caractères psychologique du commandement, autorité, mobilité et liberté de voyage	Faiblesse physique, timidité, retrait, contraintes morales, exigence familiales, évitement de confrontation, émotion, mobilité réduite.

Source : BOUFELDJA Ghat, Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie, Paris :édition Publibook, 2015, p : 79.

1-1-2-Le genre en entrepreneuriat : En effet, jusqu'aux années 1970, environ 5 % seulement des entrepreneurs étaient des femmes. Les années suivantes ont été une période où le taux de croissance a été plus important que celui des hommes au Canada, par exemple. une étude fait ressortir qu'entre 1981 et 2001, le nombre d'entrepreneurs a crû de 208% chez les femmes et seulement de 38 % chez les hommes. Selon le GEM 2005, tous pays confondus, le tiers des personnes qui participaient à une activité entrepreneuriale était des femmes. Selon les statistiques publiées par le Center for Women Business Research (2005), 10,6 millions d'entreprises (soit 47,7 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis) ont été l'œuvre des femmes, avec un chiffre d'affaires de 2,5 millions de dollars en 2005.³

Le féminisme libéral ou égalitaire, a pour fondement l'idée que les femmes sont dotées d'autant de rationalité que les hommes. De plus, ce courant vise la suppression des formes de discriminations à l'encontre des femmes pour que les comportements soient similaires. On peut expliquer les différences de performance entre les entreprises gérées par les hommes et par les femmes à partir de la formation ou de l'expérience. A l'opposé, la théorie féministe sociale qui soutient le postulat selon lequel les différences entre les hommes et les femmes sont innée. Ce qui suscite autant de façon de percevoir et de concevoir le monde et donc, la création d'une rationalité propre à chacun des genres. Et il n'y a pas de supériorité d'un genre par rapport à l'autre.⁴

Certains écrits semblent s'accorder sur le fait que l'accès aux ressources est plus difficile pour les femmes que pour les hommes. Selon Croizet et Leyens, « ces stéréotypes sont si largement répandus dans nos sociétés que bien souvent, ils ne sont plus identifiés

³ Catherine Nicole biloa Fouda, dynamisme des femmes camerounaises : étude de cas de développement d'entreprises, Thèse de doctorat, université de bordeaux, 2014, P : 35.

⁴ Ibid, P : 31.

comme des croyances mais comme des faits établis ». Le modèle de l'entrepreneur étant toujours dépeint dans les médias à travers l'image d'un homme, l'on comprend que ces femmes soient les plus sujettes aux effets négatifs des stéréotypes qui diminuent de façon significative l'intention entrepreneuriale des femmes les plus proactives qui ont un esprit d'initiative, savent identifier les opportunités, agir sur elles, et persévérer jusqu'à atteindre leur objectif. Elles solutionnent les problèmes, anticipent les changements dans leur environnement et tirent profit des possibilités qu'elles rencontrent pour faire progresser leur entreprise. Ces personnes aident aussi leurs proches collaborateurs à tirer le meilleur d'eux-mêmes afin d'influencer leur environnement.⁵

Certains chercheurs démontrent qu'il y a une relation entre le genre, l'efficacité personnelle et l'intention entrepreneuriale sur laquelle naît un conflit qui affecte l'image de soi.

1-1-3- L'image de soi : Avant de définir l'approche de l'image de soi, il faut d'abord définir le concept de soi. Le concept de soi renvoie est la façon dont nous nous définissons. Le soi peut se définir, selon L'Ecuyer comme « un ensemble de caractéristiques (goût, intérêts, qualités, défauts etc.), de traits personnels (incluant les caractéristiques corporelles), de rôles et de valeurs, etc., que la personne s'attribue, évalue parfois positivement et reconnaît comme faisant partie d'elle-même ». ⁶

L'Ecuyer perçoit alors plusieurs sois qui sont « composés d'un ensemble très varié de perceptions que la personne éprouve au sujet d'elle-même, dont les contenus émergent à la fois de l'expérience personnelle et de l'influence des autres sur ses propres perceptions ». Ensuite il décompose le soi en cinq structures fondamentales : le soi matériel, personnel, adaptatif, social et le soi-non soi. L'image de soi correspond à l'ensemble des images que l'individu attribue à lui même.⁷

Ce que les êtres laissent paraître d'eux-mêmes représente parfois une partie infime de ce qu'ils sont. Cela s'apparente au soi privé que nous opposons au soi public (pour les autres). Ces deux images s'agissent du même individu. Cette image correspond à l'image de soi. En effet, Gilly ajoute que ces deux images sont dépendantes l'une de l'autre, s'élaborant dans un rapport de complémentarité.

⁵ LEBEGUE Typhaine & PATUREL Robert, Op-cit, P :6.

⁶ Ibid, P :7

⁷ Idem

Le choix d'épouser une carrière entrepreneuriale peut impliquer des remaniements dans la perception de l'image de soi, la femme entrepreneure devant alors trouver de nouveaux modèles grâce à des interactions avec autrui. Le psychologue, Perron conclut en disant « cela signifie que l'individu tend à choisir les activités, les attitudes, les réactions, qui concordent avec l'image qu'il se fait de lui-même, avec ce qu'il attend de lui-même ; et il tend à en interpréter le déroulement et l'issue en fonction de cette image ».

Emin et Boissin (2006) mettent en lumière une moindre intention entrepreneuriale des étudiantes par rapport à leurs homologues masculins, les jeunes filles se déclarant moins capables de créer. Ainsi une éventuelle relation entre les perceptions que l'individu se fait de lui-même et l'intention des porteuses de projet, plus fortement soumises à la pression des images sociales.⁸

Après avoir abordé le sujet du genre et de ses caractéristiques qui sont déterminantes dans l'acte entrepreneurial, on doit définir l'entrepreneuriat féminin et ce qui le distingue de l'entrepreneuriat masculin.

1-2-Définition de l'entrepreneuriat féminin

Reconnu comme une source non négligeable de croissance économique insuffisamment exploité, L'entrepreneuriat féminin est devenu un phénomène qui prend plus d'ampleur ces dernières années malgré les contraintes rencontrées par les femmes.

L'entrepreneuriat féminin désigne « le processus de création, de gestion et de croissance des entreprises développées par les femmes, y compris la catégorie de travailleuses indépendantes, les créatrices, les associées et dirigeantes des entreprises, les entrepreneuses salariées en portage ou en couveuse, et les repreneuses d'activités et d'entreprises »⁹. D'autre part et Selon la définition de l'association des femmes chefs d'entreprises du Maroc (l'AFEM), nous entendons par « Femme chef d'entreprise » 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 »¹⁰. Tout comme le Maroc,

⁸ LEBEGUE Typhaine & PATUREL Robert, Op-cit, p : 8.

⁹ AFEM, Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, ETUDE N°23 /Septembre 2010

¹⁰ CHALAL Ferroudja, L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Entre les exigences du changement social et les stéréotypes du genre, 2017, p :177.

l'Algérie a des traditions et des coutumes qui ont mit la femme en arrière plan, et la majorité des femmes entrepreneurs font face a des contraintes socioculturelles.¹¹

Lavoie décrit l'entrepreneure, qu'il a aussi appelée 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.¹²

1-3-Différence entre les hommes et les femmes entrepreneurs

Nous pouvons citer plusieurs aspects de différences entre les hommes et les femmes entrepreneurs, mais nous retenons celles qui nous semblent les plus importantes.

1-3-1-La taille de l'entreprise : Selon Coleman, les entreprises appartenant à des femmes sont plus petites et plus jeunes que celles des hommes. Il n'existerait aucune discrimination sur la base du genre, mais plutôt sur la taille de l'entreprise. Les bailleurs de fonds préféreraient prêter pour des entreprises bien établies et de plus grande taille. Par conséquent, les femmes seraient pénalisées considérant la taille de leur entreprise. De plus, les femmes entrepreneurs auraient des conditions de crédit plus défavorables que leurs homologues masculins.

1-3-2-Le relationnel : La femme entrepreneure aborde son travail professionnel dans une perspective relationnelle. Autrement dit, contrairement à son homologue masculin, la femme échangerait avec les parties prenantes, en particulier avec son conjoint ou sa famille, avant de prendre ses décisions ou parce que le capital initial de création d'entreprise est souvent issu des fonds de la famille.

1-3-3- Le rôle de la famille : D'autres recherches menées par Hisrish et Peters ont montré que la profession des parents des entrepreneurs marque fortement la personnalité de l'entrepreneur, cela est également vrai pour les femmes que pour les hommes. Les entrepreneures s'habituent dès le plus jeune âge à la nature indépendante et à la souplesse d'un statut dont le père incarne l'exemple. Hisrish et Peters indiquent également que la présence

¹¹ BOUFELDJA Ghat, Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie, Edition Publibook, Paris, 2015, p :90

¹² BOUZEKRAOUI Hind et FERHANE Driss, LES FACTEURS ENCLENCHEURS DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ CHEZ LES ETUDIANTES UNIVERSITAIRES : IBIMA publishing, 2017, P :2.

d'une mère entrepreneure renforce plus le sentiment d'indépendance chez sa fille et aura une influence sur son désir d'entreprendre par la suite.

1-3-4- La croissance de l'entreprise : Selon Kalleberg et Leicht, les taux de croissance équivalents entre les hommes et les femmes entrepreneurs, mais dans la plupart des études, les taux de croissance des entreprises détenues par des hommes étaient supérieurs à ceux des entreprises détenues par des femmes. Une étude australienne confirme ces résultats : les entreprises détenues par des femmes sont plus petites que celles détenues par des hommes.

1-3-5- La performance : Selon Watson lorsque l'on tient compte du secteur d'activité et de l'âge de l'entreprise, le rendement de l'avoir et le rendement des actifs ne varient pas de façon significative en fonction du sexe du propriétaire. Les mesures de ces rendements tendraient même à prouver que les entreprises des femmes présentent un rendement supérieur. En 2003, ce même auteur démontre encore que la performance ne diffère pas selon le genre quand on considère le niveau de risque de l'entreprise (le risque est ici mesuré par rapport à la variabilité des bénéfices). Selon lui, cette caractéristique de risque moindre est à l'avantage des femmes entrepreneurs et devrait leur permettre d'avoir plus d'accès au financement institutionnel. Ainsi selon Brush et al, la performance peut également s'apprécier en termes de développement de l'entreprise traduit par des investissements plus importants, une augmentation du chiffre d'affaires (CA) déclaré et/ou un accroissement de la masse salariale.¹³ Lerner et Almor (2002), ont inclus un certain nombre de variables perceptuelles, au-delà des variables démographiques et économiques, pour expliquer la propension entrepreneuriale des femmes. En conclusion, la perception qu'on a de soi et de l'environnement peut être considérée comme un facteur universel significatif influençant le comportement entrepreneurial. Il est donc question pour la femme entrepreneur de s'assurer de la stabilité de l'environnement et d'avoir confiance en elle malgré les obstacles rencontrés

1-4-Facteurs déterminants de l'entrepreneuriat féminin

Essayer de comprendre l'entrepreneuriat féminin passe essentiellement par la détermination des facteurs qui contribuent à sa réussite à travers les éléments ou les facteurs suivants :

1-4-1- La formation : Lee et Rogoff (1997) ont relevé des différences significatives en matière de formation en gestion : les femmes possédaient généralement un niveau de

¹³ Catherine Nicole biloa Fouda, Op-cit, 2014, P : 41.

connaissances moindre que les hommes en raison de leur expérience plus faible dans ce domaine.¹⁴ Ainsi on peut dire que plus le niveau d'éducation augmente, les chances de réussite pour les femmes entrepreneurs augmentent.

1-4-2- L'accès au Financement : Richer et St-Cyr (Richer, 2007) précisent que si les femmes empruntent des sommes moindres que leurs confrères masculins, cela peut s'expliquer par diverses raisons : une plus faible tolérance au risque, une croissance de l'entreprise moins rapide, nécessitant donc des investissements moindres, une taille plus petite que la moyenne des entreprises de leurs confrères masculins, des besoins moindres à cause de la disponibilité d'autres fonds ou des aptitudes de gestion différentes.

Ainsi, Selon RIDING et SWIFT (1990), si on prend en compte, la taille, l'âge, le secteur d'activité et le statut juridique, il n'existe aucune différence apparente entre les femmes et les hommes et leurs relations avec les institutions financières.¹⁵

1-4-3- Le soutien de la famille : De nombreux chercheurs ont admis que les jeunes diplômées sont souvent influencées par leur famille au moment de décider de se lancer en entrepreneuriat. Ainsi, Kirkwood et TOOTELL (Kirkwood, 2009) relatent que la femme, de manière générale, consulte sa famille avant toute décision de nature entrepreneuriale.¹⁶

1-4-4- Les réseaux de contact (Le réseautage) : Pour Aldrich et ZIMMER, un réseau représente l'ensemble des personnes qui entretiennent une relation. Cette dernière peut consister en un échange d'information, de biens et services ou de compétences.

Défini comme le réseau de relations de la femme entrepreneur, ce capital social est souvent présenté comme l'une des faiblesses des femmes par rapport aux hommes parce que constitué généralement de liens forts. Seulement, la nature des liens devient indéniablement un problème lorsque la femme entrepreneur a besoin d'aller chercher du capital risque, un monde qui reste majoritairement masculin.

Selon CARRIER, JULIEN et MENVIELLE «les femmes ont tendance à se regrouper dans des réseaux féminins, tout comme les hommes d'ailleurs».¹⁷

¹⁴ CARRIER Camille , Julien Pierre-André et MENVILLE William, Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années, P : 5.

¹⁵ BOUZEKRAOUI Hind, FERHANE Driss , Op-cit, pp: 5-6.

¹⁶ Ibid, p : 7.

¹⁷ Catherine Nicole biloa Fouda, Op-cit, 2014, P : 55.

La littérature énumère deux types de réseaux utilisés par les jeunes diplômées : les réseaux formels et les réseaux informels. Pour les réseaux formels qui regroupent toutes les organisations locales et publiques notamment les banques, les comptables, la chambre de commerce, les assureurs et les fournisseurs. Les associations professionnelles. Mais des difficultés ont été signalées ce qui expliquerait un taux de participation faible à ces réseaux.¹⁸

Par contre selon MANKELOW (2002), les réseaux informels de divers types semblent avoir une influence positive. Il peut s'agir de rencontres informelles à une certaine fréquence avec diverses personnes (amies, entrepreneures, des proches par des liens de famille ou des connaissances) qui peuvent représenter un soutien moral constant et de l'encouragement lors des phases de démarrage et de croissance de leur entreprise, mais ils apportent également de l'information ainsi que diverses sources de financement.

1-5-Les motivations des femmes entrepreneurs

Selon NAFZIGER, HOMSBY et KURATKO (1994), la motivation des individus est influencée par leurs besoins, leurs attitudes et leurs valeurs.

Malgré l'importance de l'aspect économique, les femmes entrepreneurs le considèrent en seconde position. BUTTER et MOOR (1997) ont souligné que les motivations entrepreneuriales des femmes sont « une fonction complexe des aspirations personnelles et des influences organisationnelles », BARTOL et MARTIN (1998) ont classé la motivation féminine dans : les caractéristiques personnelles (tel que le besoin de réalisation), les conditions de vie et les facteurs environnement/support.¹⁹

D'après les résultats de l'étude de BONET Fernandez Dominique, SCOTTO Mari-josé, FISHER Bruno (2014), qui se sont basé sur la typologie de KIRKWOOD, montrent que le désir d'indépendance est le type de motivation dominant « être son propre patron, choisir son lieu de travail, ses collaborateurs, maîtriser le risque mais aussi échapper aux grandes entreprises/institutions et relever des défis sont les principaux facteurs de motivation des femmes à entreprendre, au-delà de la valorisation sociale actuelle de l'indépendance féminine ». Tout en précisant que la nature des facteurs de motivation est affecté par la tranche d'âge entre 50 et 59 ans présentent plutôt des motivations d'attractions (effet Pull)

¹⁸ BOUZEKRAOUI Hind, FERHANE Driss ,Op-cit, p: 8.

¹⁹ BOUFELDJA Ghat, Les femmes entrepreneurs en Algérie :contraintes culturelles et désir d'émancipation, 7^{ème} journée Georges DORIOT :Entrepreneuriat et société, Montréal,UQAM « cœur des sciences », 16 et 17 mai 2018,p :3

comme le désir d'indépendance et d'autonomie, ce qui engendre un entrepreneuriat d'opportunité ».²⁰

1-6-Les obstacles de l'entrepreneurial féminin

Dans un environnement économique complexe, l'action d'entreprendre une activité entrepreneuriale est difficile pour les femmes, beaucoup échouent et abandonnent cette activité. S'engager dans l'entrepreneuriat est encore plus difficile pour la gente féminine, c'est un vrai défi, sur plusieurs fronts : la famille, la société, les contraintes financières, la bureaucratie et la gestion des entreprises dans un monde de concurrence.

La culture traditionnelle de la société, est le facteur le plus contraignant pour une femme entrepreneure. De même dans les pays sous développés en général, selon YAKUBU « les femmes sont souvent perçues comme des objets de pitié, tenant souvent un statut marginal contre-productif dans leurs sociétés ». ²¹

On conclut de la première section que l'entrepreneuriat féminin nécessite une construction du genre qui reste certainement stéréotypée mais n'est en aucun cas en défaveur de la femme entrepreneur qui a ses propres facteurs déterminants qui la conduisent à une intention entrepreneuriale, et reste que chacun a sa propre rationalité du genre, ses motivations et ses obstacles.

Section 2 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Dans la deuxième section, nous avons pour objectif d'essayer de comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et d'étudier ses spécificités et ses leviers dans une société peu propice au changement culturel avec une histoire économique peu stable.

L'entrepreneuriat féminin constitue de plus en plus une réalité importante, tant en Algérie qu'ailleurs dans le monde. Selon MEBTOUL « l'entrepreneure Algérienne si traditionnelle et conservatrice que soit-elle doit pour continuer à vivre et à se reproduire, être virtuellement porteuse de changement négocié. L'enjeu de cette négociation donnerait aux acteurs sociaux la possibilité de se définir non seulement par rapport au groupe mais en tant qu'individu spécifique ».

²⁰ SLAMANI Radia, MECHTOUR Radia et REMINI Amine, Développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : identification des facteurs de motivation, article, p

²¹ BOUFELDJA Ghat, Op-cit, 2018, p :4.

L'évolution remarquable de l'emploi féminin en Algérie est loin d'être évidente surtout en matière d'entrepreneuriat. Le taux d'entreprises dirigées par des femmes dans la région du Maghreb est parmi les plus bas au monde (12% comparé à 33% au niveau mondial)²². Le contexte algérien présente un taux plus faible que ça, malgré que l'état algérien ait affiché des discours d'encouragement à l'entrepreneuriat féminin à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises dès le début des années 2000. Cet effort, commence timidement à avoir ses fruits, puisqu'on constate une évolution de l'entrepreneuriat des femmes où le taux ne dépassait pas 3% en 2000 ; a connu une hausse à 6% en 2005(OCDE,2005) puis à 8 % de nos jours du nombre global des opérateurs économiques inscrits au centre national du registre de commerce (CNRC).

On se référant toujours aux statistiques du centre national du registre du commerce, l'Algérie comptait 136.204 femmes d'affaires jusqu'à fin 2015 contre 130.416 en 2014, 116.474 en 2012 et 115.241 en 2010²³ et qu'au cours des neuf dernières années ce chiffre a progressé de 33 %. Ces chiffres sont loin de représenter la réalité, sachant qu'ils recensent uniquement les femmes chefs d'entreprises inscrites au CNRC, sans inclure le nombre considérable de femmes entrepreneures associées dans des entreprises et qui exercent dans l'informel.

Cette section a pour objectif d'étudier la situation entrepreneuriale en Algérie à travers des réalités historique et l'évolution de l'emploi féminin et les obstacles que rencontrent les entrepreneurs femmes en Algérie pour arriver à comprendre le contexte de notre étude.

2-1-L'activité entrepreneurial en Algérie

Selon BENZIGUA et MEZIANE « L'entrepreneuriat en Algérie est qualifié comme un entrepreneuriat de survie ou l'entrepreneur crée son entreprise par contraintes sociales, il crée par nécessité et non pas pour exploiter une opportunité ». Et selon GIACOMIN et al « L'entrepreneuriat n'a que peu d'impact sur le développement économique, contrairement à l'entrepreneuriat volontaire »²⁴. Ce phénomène est dû au fait de la mutation que connaît la société Algérienne qui est passée par plusieurs étapes de changement socioculturelles en

²²CHECA medina, Promotion et développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et au Maroc, Organisation internationale du travail, 2016,p :1

²³ Nourhane S, 8 Mars/136.204 femmes d'affaires recensées en Algérie, article de l'Algérie focus, 2016, p :1.

²⁴ BOUFELDJA Ghat, Op-cit, 2015, p : 95.

faveur de l'entrepreneuriat, nous allons essayer de retracer les périodes phares qui ont marqués la société Algérienne dans ce qui suit :²⁵

2-1-1-La première période 1962-1982: Après l'indépendance commencent les mouvements d'exode vers les villes, allant ainsi du mode de production agricole et l'économie familiale vers un autre mode d'économie et du travail industriel basé essentiellement sur le salariat et les relations de travail informel dans un cadre purement socialiste caractérisé par l'appropriation de l'état de tous les moyens de production. Or « après la dissolution de l'union soviétique et du bloc communiste en général, ainsi que le souffle du vent de la mondialisation, l'Algérie s'est tournée vers le modèle capitaliste et l'économie de marché »²⁶

Dans le cadre d'une économie planifiée de type socialiste, l'Etat était considéré comme unique décideur composée d'un vaste secteur public qui contrôlait près de 70% de la valeur ajoutée avec une très grande masse salariale; il couvre toutes les industries importantes (hydrocarbures, métallurgie, mécanique, électricité et gaz ainsi que l'industrie lourde) Cette période caractérisée par la création de grandes sociétés nationales telles SONATRACH, SONACOME, SN METAL, SONELEC, SONEPEC, SONELGAZ..., où Les rentes pétrolières ont contribué au prolongement d'une certaine stabilité économique. La PME-PMI était relativement absente; l'industrie de transformation privée avait un caractère familial, au plus artisanal, sans grande ampleur.

Les différentes politiques du développement étaient orientées pour les entreprises publiques. Les secteurs ouverts aux PME privées étaient ceux qui nécessitent peu de maîtrise technologique et qui fait appel le moins possible à une main d'œuvre qualifiée, tels que le secteur du commerce et des services.

De 1962 à 1982, seulement 600 unités par an ont été créées avec des chances de survie incertaines et un impact économique limité sous un climat d'investissement qui favorisaient le monopole de l'état et aucun avantage ni garantie au capital privé. L'entreprise privée était limitée par un contrôle très strict ainsi qu'une fiscalité qui empêche son autofinancement.²⁷

2-1-2- La deuxième période : 1982 à nos jours : Après des années de prédominance du secteur public, l'état accorde au secteur privé un rôle complémentaire en 1982 dans certaines

²⁵ NASROUN Nacéra, thèse de magister: Dynamique entrepreneuriale et déterminants de la création des PME dans la wilaya de Bejaia, 2011, p :74

²⁶ BOUFELDJA Ghat, *Op-cit*, 2015, p13-14.

²⁷ NASROUN Nacéra, *Op-cit*, 2011, p :75.

activités, avec un niveau d'investissement très limité. La PME a été utilisée comme moyen pour faire face à la crise d'endettement. La loi de 1981 sur la restructuration des entreprises publiques a marquée le début de l'ouverture vers l'économie de marché. Parmi les réformes économiques mises en place, la réorganisation du secteur public pour améliorer l'efficacité et la productivité de l'économie.

Par la suite en 1986, cette situation a été interrompue par la chute des prix des hydrocarbures entraînant le pays dans une crise économique caractérisée par une dette extérieure importante, une inflation flagrante et un secteur public déficitaire, mais surtout marquée aussi par un chômage accentué et une baisse du niveau de vie d'une grande partie de la société algérienne.

Sur le plan politique toujours, les événements de 1988 ont marqué un soulèvement populaire contre le parti unique ce qui a amené l'Algérie à rentrer dans un système libéral qui est le multipartisme politique et de ce fait un changement économique voit le jour par l'orientation vers l'économie de marché source de privatisation des entreprises et l'encouragement de l'initiative privé, notamment, la création de petites et moyennes entreprises. Dans ce sens des incitations étatiques sont apparus et qui se traduisent par des dispositifs d'aide à la création des entreprises reposant sur le financement et l'accompagnement des jeunes promoteurs de projets dans l'objectif de réduire le chômage et de créer une économie diversifiée loin de la dépendance économique des ressources des hydrocarbures.²⁸

Face à des contraintes multiples surtout financières et environnementales, les porteuses de projets n'ont aucune prise sur leurs décisions (taille de l'entreprise très réduite, le choix limité de secteurs d'activité dicté par la précipitation et l'inexpérience des entrepreneures.), aussi un nombre important de femmes exercent dans des emplois informels; de compensation temporelle qui répond à des pratiques sociales exercées par ces exclues de la sphère administrée.²⁹

La liberté d'investir en Algérie par un nouveau code d'investissements consacré par le décret législatif n° 93-12 du 5 octobre 1993, relatif à la promotion de l'investissement par la

²⁸ CHALAL Ferroudja, Op-cit, 2017, P 3-4.

²⁹ ATTAR Abdelhafid et BOUABDALLAH Wassila, l'informel...l'autre face de l'entrepreneuriat féminin en Algérie (cas du travail à domicile), Article d'Algerian Scientific Journal Platform (ASJP), Revu d'étude sur les institutions et le développement, Volume 4, Numéro 1, 2006, p: 2.

mise en place l'Agence Nationale pour la Promotion de l'Investissement (APSI), agence publique chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs.

A partir de 1995, deux lois fondamentales ont été prises : la loi sur la privatisation des entreprises publiques et la loi sur la gestion des capitaux marchands de l'Etat qui institue les holdings. Le dispositif de 1993 n'a pas eu les effets escomptés à la relance de l'investissement privé. Ce qui a conduit les autorités à une révision du dispositif institutionnel qui s'est concrétisé à travers la promulgation en 2001 de deux textes législatifs fondamentaux : l'ordonnance relative au développement des investissements (ordonnance N° 01-03 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la PME, loi n° 01-18 du 12 décembre 2001, et des mesures ont été prises pour encourager le développement de l'investissement privé, national et étranger. Elles se traduisent par une baisse significative des taxes fiscales et des charges sociales, et la simplification des procédures administratives de création d'entreprises.³⁰

Une Agence Nationale de Développement des Investissements ANDI (ex APSI) a été créée en 2001 pour faciliter l'application des nouvelles dispositions en offrant des avantages aux nouveaux investisseurs (diminution des taxes fiscales, mise en relation avec d'autres administrations...). L'Etat Algérien en 2003 lance un nouveau projet s'articulant autour de la « mise à niveau des entreprises privées », ce projet s'insère dans les accords d'association de l'Algérie avec l'Union Européenne et son intérêt porté sur l'adhésion à l'organisation mondiale du commerce OMC. Cette mise à niveau vise à préparer et adapter l'entreprise à son environnement au niveau des exigences du libre échange. Ce processus concerne les entreprises privées performantes afin d'améliorer leur compétitivité industrielle et leurs performances pour leur permettre de concurrencer les entreprises étrangères. Il permet à l'entreprise de moderniser ses équipements et être surtout au niveau de sa compétitivité par :³¹

- La mise en place de système de production, d'organisation et de gestion conformes aux normes et aux standards reconnus dans le secteur ;
- Le perfectionnement et le développement de la formation, la qualité et la certification, le marketing et la recherche des marchés ainsi que la recherche d'alliances et de partenariats. Le cadre institutionnel mis en place ou en cours a permis la naissance de la PME privée, que malgré les contraintes et les obstacles, a gagné une place importante dans l'économie nationale.

³⁰ NASROUN Nacéra, Op-cit, 2011, P: 76.

³¹ Ibid, P: 77.

2-2-Evolution de l'emploi féminin en Algérie

La population occupée du moment en septembre 2018 est estimée à 11 001 000 dont 1 961 000 femmes soit 17,8% de la main d'œuvre totale et près de 76,8% de ses femmes occupés sont des salariés et 76,9% de l'emploi féminin est concentré dans l'administration publique, les secteurs de la santé et l'action sociale et dans l'industrie manufacturière. Le taux d'emploi (ou ratio emploi population) est de 36,8% au niveau national dont 13,2% chez les femmes.³²

Par contre, on relève du côté de l'ONS une progression en volume de l'auto-emploi, avec une hausse de 636195 employeurs et indépendants depuis 2004 à avril 2016.³³ Mais, la répartition selon le sexe fait savoir que cette évolution a affecté principalement les hommes, alors que la part féminine a connu une quasi-stagnation au cours de cette même période. Selon MEBTOUL même si certaines enquêtes révèlent une baisse du nombre des salariées et une augmentation de la catégorie « employeuses » grâce au changement socioculturelle en Algérie et l'entrée des filles à l'université ce qui implique leur occupation des postes de responsabilités dans les entreprises des secteurs public et privé.

L'évaluation initiale de l'emploi féminin en Algérie dans les années 70-80 met en évidence la vulnérabilité sévère de la participation du sexe féminin sur le marché du travail. On estime alors le nombre de femmes occupées en 1977 ; représentant un taux de 5,91 % de l'ensemble de la population occupée globale. Ce taux faisait le chiffre de 7,15 % en 1989.³⁴

Les années 1990 connaissent une contribution marquante des femmes en matière d'emploi. On enregistre ainsi un taux d'occupation de 15,57 % de l'ensemble des travailleurs en 1997. Au début des années 2000, l'accès des femmes au marché du travail a continué d'évoluer constituant une proportion de femmes occupées qui atteint les 18 % ; qui va principalement dans le sens du secteur public. Malgré une petite régression en 2008 (15,6 %) et 2009 (15,3 %) ³⁵, l'emploi féminin a respecté cette croissance puisqu'en 2012 la population active féminine a franchi le seuil de deux millions de femmes (2 142 000) formant ainsi 18.8 % de l'ensemble de la population active, alors que La population occupée féminine du moment est estimée, pour sa part, 1778000 femmes, atteignant ainsi 17.5 % de la population

³² SEMMAR Abdou, Enquête. Qui travaille en Algérie? Qui est chomeur ? ET pourquoi ?, article d'Algérie part : les dessous de l'actualité, 2018, p : 1.

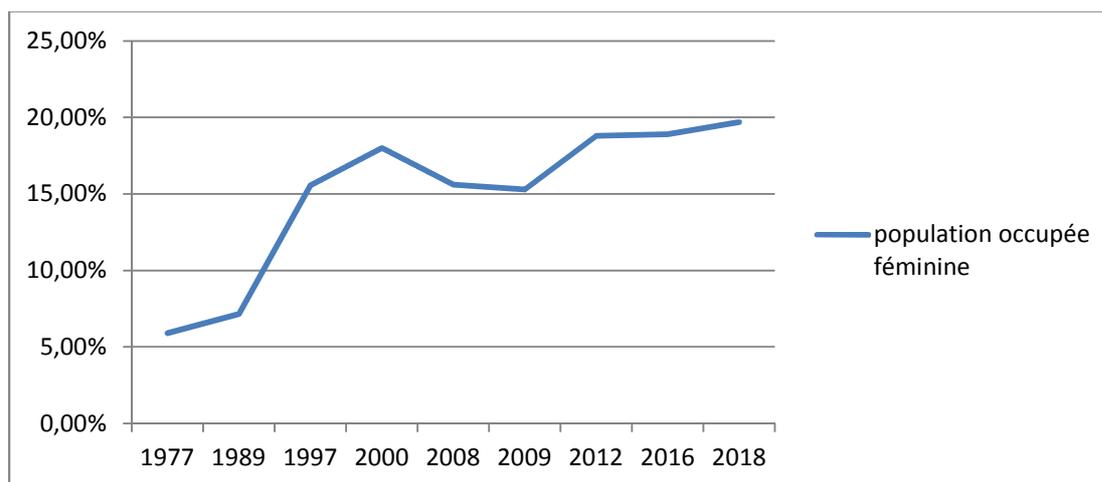
³³ ATTAR Abdelhafid et BOUABDALLAH Wassila, Op-cit, 2006, P : 7.

³⁴ Ibid, p: 3.

³⁵ Idem

occupée totale. En 2016, le volume de la part des occupées a franchi pour la première fois le seuil de deux million (2062000), et qui constitue ainsi 18,9% de la population occupée. En avril 2018 la population active féminine du moment atteint 2 453 000 femmes soit 19,7%³⁶. La figure suivante représente une courbe d'évolution de la population féminine occupée en Algérie.

Figure (3) Évolution de la population féminine occupée en Algérie en%

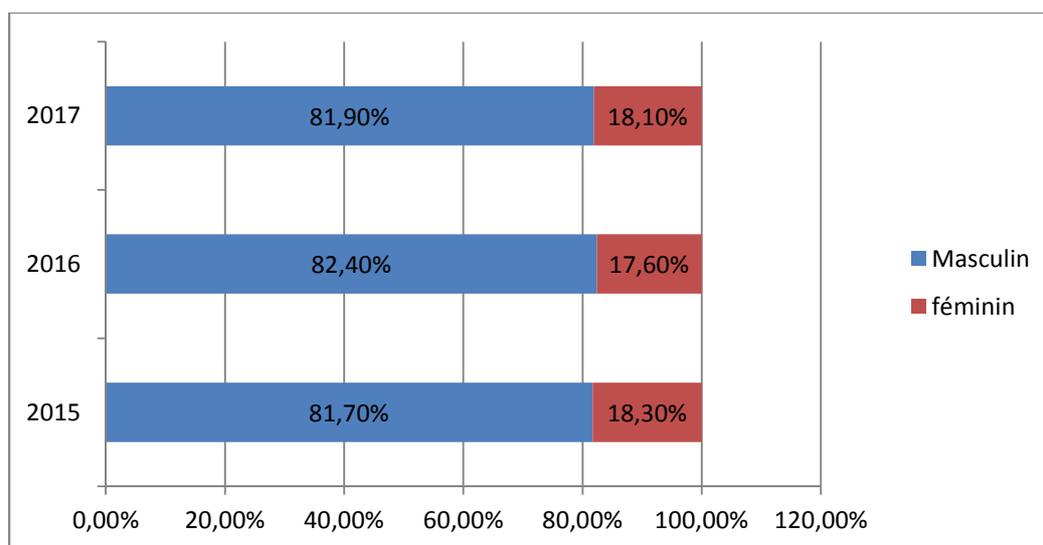


Source : www.ons.dz, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril, actualisé le 17/06/2019.

Dans l'ensemble, on peut décrire l'emploi féminin en Algérie ayant connu son évolution pendant les années 1990 suite aux réformes structurelles et au début du nouveau Millénaire quand le pays a affiché des discours d'encouragement et d'ouverture à l'entrepreneuriat à travers les réformes et les lois facilitant la création des entreprises. Malgré ça, consiste à des disparités assez significatives selon le sexe représenté dans la figure suivante.

Figure (4) : Répartition de la population occupée selon le sexe en %

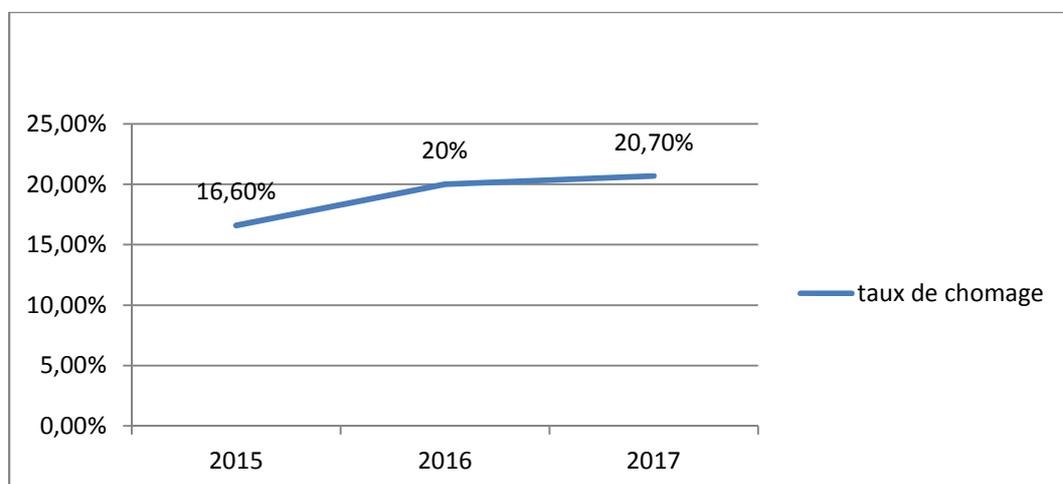
³⁶ ATTAR Abdelhafid et BOUABDALLAH Wassila, Op-cit, 2006, p : 4.



Source : www.ons.dz, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril. actualisé le 17/06/2019.

D'autre part, la structure de l'emploi selon le sexe fait ressortir que la population occupée féminine est toujours inférieure à celle du genre masculin et connaît une certaine stagnation ces dernières années. En ce sens, la ventilation selon le sexe fait ressortir d'importantes disparités.

Figure (5) : Evolution du Taux de chômage féminin



Source : www.ons.dz, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril. actualisé le 17/06/2019.

Dans un autre contexte, l'évolution de l'emploi féminin de ces dernières années s'est caractérisée par une hausse du taux de chômage ; passant de 16,6% en 2015 à 20,7% en 2017 (Fig.5).

Enfin, nous pouvons dire que l'évolution de l'emploi féminin en Algérie revient à plusieurs facteurs explicatifs que nous allons voir par la suite.

2-3-Facteurs explicatifs de la progression féminine en matière d'emploi en Algérie

Il existe plusieurs facteurs qui ont amplement participé à l'évolution de l'emploi féminin en Algérie et ont encouragé la femme à se lancer même dans le monde entrepreneurial.³⁷

2-3-1-Facteur démographique : a permis l'accroissement de la population résidente totale à 42,2 millions d'habitants au 1^{er} janvier 2018(ONS).

2-3-2-Mutations économiques et socioculturelles : résultantes de la crise économique de 1986, qui a mis en évidence la réduction significative de l'emploi public, mais surtout marquée par un chômage accentué, une fragilité des canaux de solidarité et une baisse du niveau de vie d'une grande partie de la société algérienne. Ce changement touchant ainsi certaines idées et valeurs relatives à la notion du travail lui-même, au sein de la société a exprimé un recours de plus en plus élargi à la planification familiale, poussant ainsi la femme algérienne à trouver du travail non seulement pour gagner sa vie, mais en cherchant aussi de l'estime et plus d'intégration dans une société dite patriarcale.

2-3-3-L'âge tardif du mariage : même s'il a enclenché une baisse de fécondité, il a procuré aux femmes le temps suffisant, leur permettant ainsi de terminer leur étude et d'accéder au marché du travail afin de mettre en valeur leurs compétences et leurs connaissances.

2-3-4-La généralisation de l'enseignement obligatoire : a permis un recul conséquent de l'analphabétisme féminin surtout dans les catégories jeunes qui contiennent un nombre important de diplômées et d'universitaires. La scolarisation massive des filles constituant l'un des facteurs de changement dans les rapports de sexe dans une société qui n'avait connu que le travail des paysannes (Haddad,1999).

2-3-5-Le développement technologique et l'expansion du secteur tertiaire : ont conduit à l'apparition de nouveaux types d'emplois et de nombreuses activités ; constituant des opportunités pour un grand nombre de demandeurs d'emploi.

2-3-6-La contribution de l'état : se manifestant par des décisions courageuses qui ont été prises : constitutionnalisation de la liberté d'entreprendre et de la parité homme-femme en

³⁷ Attar Abdelhafid, Op-cit, 2006, p 5.

matière d'accès à l'emploi, ouverture du capital social des entreprises publiques, réformes de la fiscalité, etc. Sans négliger la mise en place des dispositifs d'aide à l'emploi, et de plusieurs organisations patronales encourageant et encadrant particulièrement les femmes entrepreneures à se lancer dans l'investissement.

Face à des défis importants, la culture entrepreneuriale féminine est en plein essor, constituant ainsi une force susceptible de contribuer à une mutation économique et à un développement global et durable dans le pays.

2-4-Le profil des femmes entrepreneures en Algérie

En 2017, avec un taux de chômage féminin de 20,7% et une proportion de femmes dans la population active qui ne dépasse pas 18,1%, l'Algérie occupe la 128^{ème} position au monde en matière d'égalité hommes-femmes selon un rapport du Global Gender Gap de l'année 2018.³⁸

Près de 76,8% des femmes occupées sont salariées et 76,9% de l'emploi féminin est concentré dans l'administration publique, les secteurs de la santé et l'action sociale et dans les industries manufacturières.³⁹

Pierre-André Julien modélise une pyramide entrepreneuriale pour définir l'entrepreneuriat en considérant le type d'individus (âge, sexe, origines, formation...), la forme d'organisation (taille de l'entreprise, secteur d'activité, lien avec les autres entreprises...), les environnements (proches comme le milieu ou plus élargie comme les marchés) et différentes époques (le temps).⁴⁰

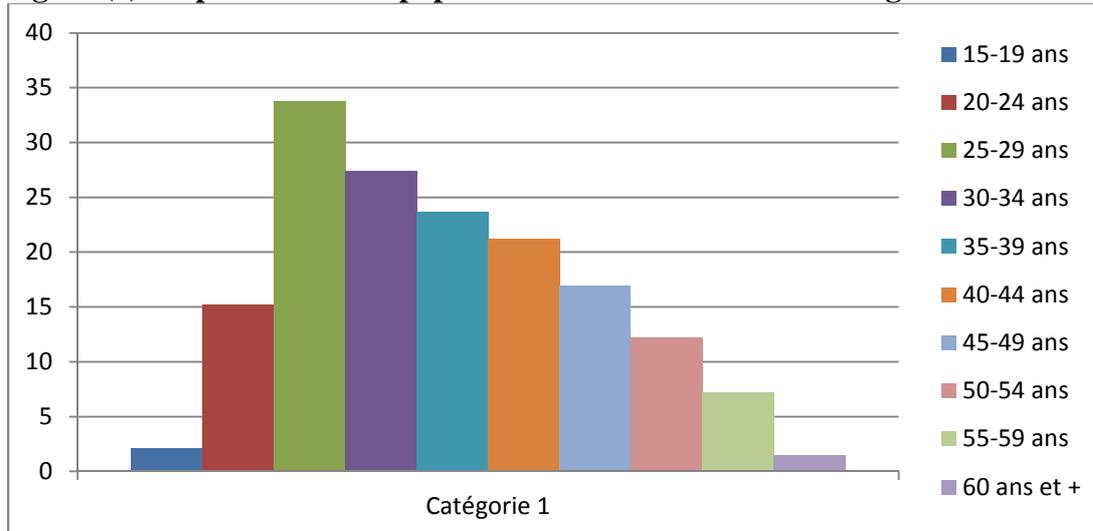
Le profil des femmes entrepreneurs a été étudié en ce qui concerne, leur âge, leur niveau d'instruction, leur formation, leur expérience professionnelle et les motivations derrière la création de leurs entreprises selon les six figures suivantes.⁴¹

³⁸ Moussa T, égalité homme-femme : L'Algérie perd une place dans le classement mondial (rapport détaillé), article d'AMESL@Y, 2018, P : 1.

³⁹ SEMAR Abdou, Op-cit, 2018, P : 1.

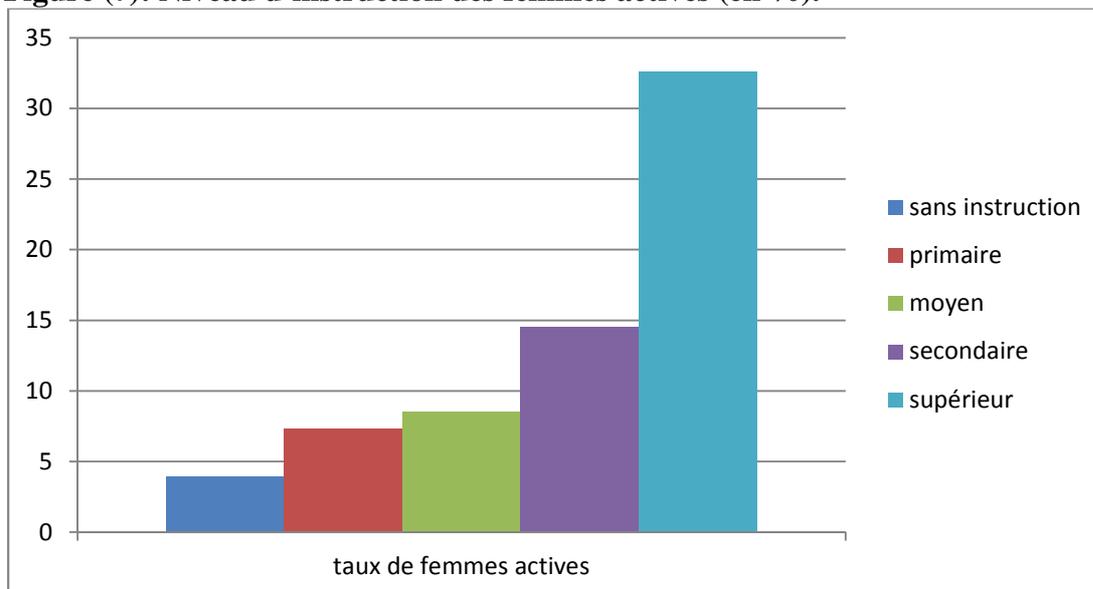
⁴⁰ SCHMITT Christophe et TORRES Olivier, les grands auteurs en entrepreneuriat et PME, Pierre-André Julien De la spécificité des PME à la complexité de l'entrepreneuriat, Paris : édition EMS, 2015, pp : 335.

⁴¹ BOUFELDJA Ghat, Op-cit, 2015, P : 95.

Figure (6) : répartition de la population active féminine selon l'âge.

Source : Source : www.ons.dz, activité emploi et chômage en septembre 2018, N°840, p : 5, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril. actualisé le 17/06/2019.

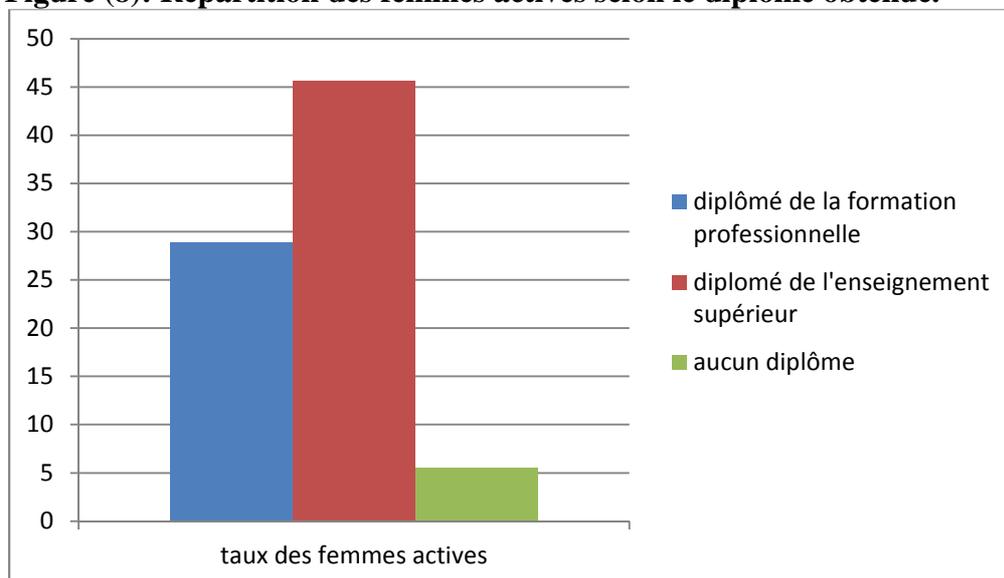
Nous constatons ici que la tranche d'âge la plus représentatif est celle entre 25-29 ans ensuite viens les deux tranches d'âge celle entre 30-34 ans et celle entre 35-39ans.et enfin la tranche d'âge faiblement représenté reste les 60 ans et plus suivi des 15-19 ans qui reflète l'âge ou la femme poursuit ces études ou fait une formation.

Figure (7): Niveau d'instruction des femmes actives (en %).

Source : Source : www.ons.dz, activité emploi et chômage en septembre 2018, N°840, p : 5, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril. actualisé le 17/06/2019.

On remarque dans la figure ci-dessus que le taux des femmes actives est à son maximum pour les femmes ayant un niveau d'études supérieures, moins on se lance dans les affaires », et le taux le plus faible est celui des femmes sans instruction.

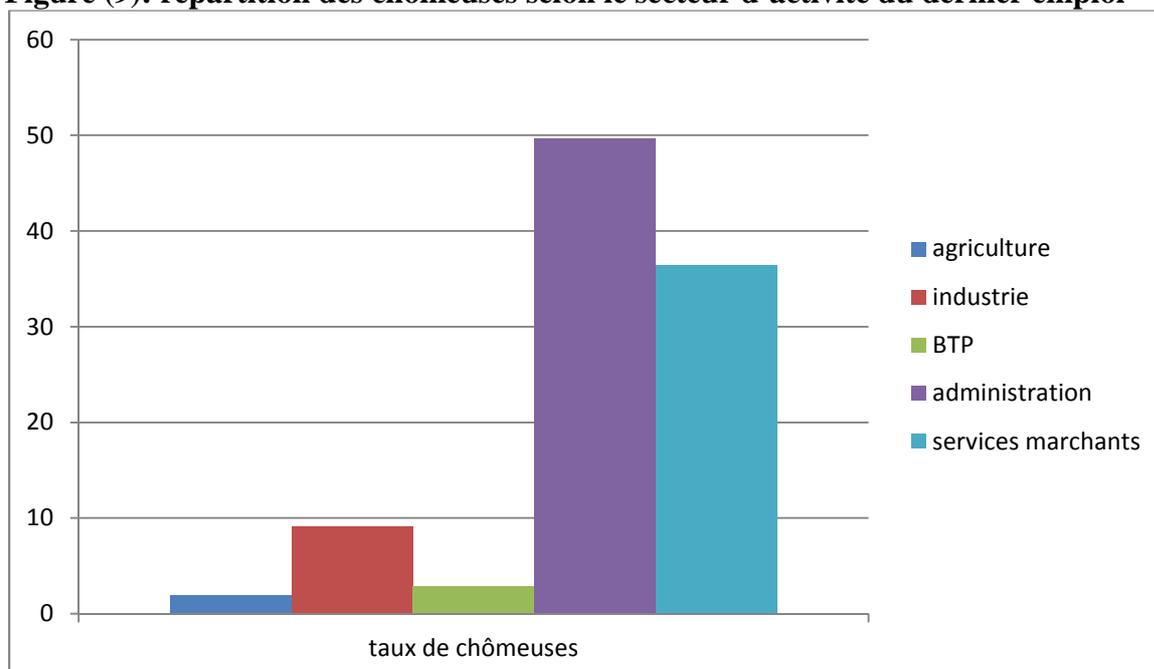
Figure (8): Répartition des femmes actives selon le diplôme obtenu.



Source : Source : www.ons.dz, activité emploi et chômage en septembre 2018, N°840, p : 5, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril. actualisé le 17/06/2019.

On constate ici que le taux le plus élevé des femmes actives est celui des diplômés de l'enseignement supérieur, et le taux le plus bas est celui des femmes n'ayant aucun diplôme.

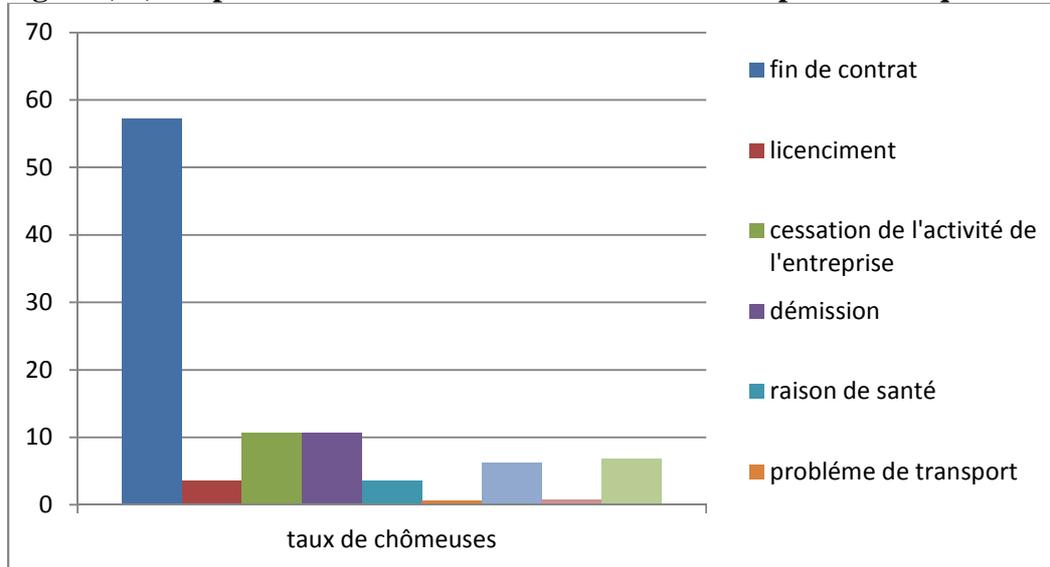
Figure (9): répartition des chômeuses selon le secteur d'activité du dernier emploi



Source : Source : www.ons.dz, activité emploi et chômage en septembre 2018, N°840, p : 10, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril. actualisé le 17/06/2019.

Nous constatons ici que le taux de chômage pour les femmes est plus représentatif dans le secteur d'administration, et le secteur qui comporte le taux minimum des chômeuses est celui de l'agriculture.

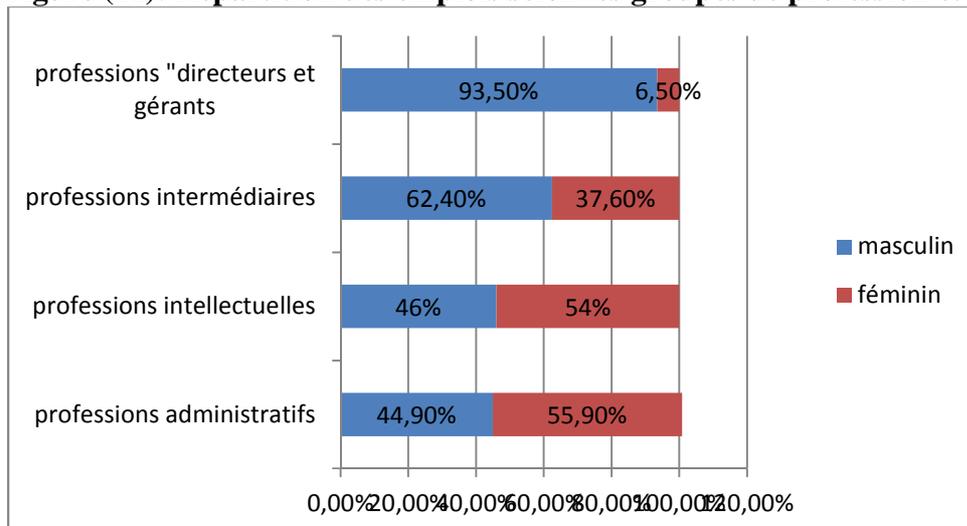
Figure (10): Répartition des chômeuses selon les raisons pour avoir quitté cet emploi.



Source : Source : www.ons.dz, activité emploi et chômage en septembre 2018, N°840, p : 10, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril. actualisé le 17/06/2019.

En ce qui concerne le profil des entreprises il faut étudier les secteurs d'activités de l'entreprise, l'année d'activité, taille de l'entreprise et nombre de salariés.⁴²

Figure (11): Répartition des emplois selon les groupes de profession et selon le sexe en %



Source : Source : www.ons.dz, activité emploi et chômage en septembre 2018, N°840, disponible sur l'EURL : www.ons.dz/IMG/Emploi-et-chomage,204-.html. consulté le 28 avril. actualisé le 17/06/2019.

⁴² BOUFELDJA Ghat, Op-cit, 2015, p : 97.

Par ailleurs, « les activités économiques les plus répandues chez femmes sont le commerce de détail avec 48%, les services avec 38, 5%, la production industrielle et le BTPH avec 25,1% et enfin l'import-export avec 18,7%. Bien sur, la capitale Alger vient en tête avec 13 615 opératrices économiques, soit 10,43% du total national, suivie de la wilaya d'Oran avec 8 374, soit 6,42%, Tlemcen avec 5 211, soit 4% et Constantine avec 4962, soit 3,8%. Pour rappel, le CNRC a enregistré l'année 2014, 1 606 878 personnes physiques, soit 91,1% et 157 122 personnes morales, soit 8,9% ».

Selon les données de l'ONS les plus récentes, et sur une population active estimée en 2015 à près de 12 millions de personnes, seulement 2.3 millions sont des femmes soit un taux de 19.4% dont 1.7% d'entre elles occupent des postes d'encadrement, 42.7% des femmes occupées ont un niveau d'instruction supérieur. Dans le domaine de l'entrepreneuriat, les femmes employeurs et indépendantes ne représentent que 19% contre 30.9% chez les hommes. Les femmes employeurs sont à la tête de très petites entreprises atteignant 88%. Elles sont majoritaires dans les services, de l'industrie et de l'artisanat avec un niveau d'instruction supérieur à celui des hommes.

Pour Reynolds (1993) la différenciation régionale est nécessaire en prenant en compte les ressources publiques transférées aux régions non urbanisées car la politique publique joue un rôle majeur dans la création d'entreprise, ainsi il existe des déterminants géographiques influençant le nombre de création d'entreprises comme la croissance de la demande, un milieu d'affaire dominé par les petites entreprises, un contexte peuplé et urbanisé.⁴³

2-5- Les motivations de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Dans une culture traditionnaliste, les femmes Algériennes se dirigent vers l'entrepreneuriat pour des raisons multiples :⁴⁴

2-5-1-Nécessité économique : Dans une société où les emplois se font rares, les petites entreprises représentent un moyen de revenu important.

2-5-2- Désir d'auto-accomplissement : Selon Stephan, Hart et Drew(2015), les femmes entrepreneurs sont motivées par l'indépendance et par la croissance dans les cultures où les cultures ou les relations sociales sont importantes.

⁴³ GALLEGO-ROQUELAURE Virginie, Les grands auteurs en entrepreneuriat, Paul Reynolds Activité entrepreneuriale et croissance, collection les grands auteurs, 2015, Paris : éditions EMS, p : 315.

⁴⁴ BOUFELDJA Ghat, Op-cit, 2018,p :5.

2-5-3 Désir d'autonomie et d'émancipation : c'est le dépassement de soi et la lutte contre les contraintes socioculturelles d'une société traditionnelle qui conçoit le rôle et la position naturelle de la femme est de rester au foyer, pour servir son mari et ses enfants. Et c'est souvent une motivation de femmes ayant des expériences professionnelles antérieures.

2-5-4-Désir du pouvoir et de la reconnaissance sociale : l'entrepreneuriat féminin apporte un statut aux femmes, un respect dans la société et gagner du pouvoir.

2-5-5-Mécontentement envers les restrictions culturelles : L'entrepreneuriat féminin est une forme d'expression de liberté face à l'injustice sociale et de l'hégémonie d'une société masculine.⁴⁵

Toute fois, malgré les changements socioculturels qu'a connus la société Algérienne, on trouve toujours des obstacles et des résistances et le respect des traditions.

2-6-Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Selon MEHTOUL Abderrahmane L'analyse de l'entrepreneuriat féminin est intimement liée à l'analyse du marché du travail et du salariat d'une manière générale et de la place de la femme au sein de la société.⁴⁶

Bien qu'une évolution sensible soit intervenue dans tous les domaines, notamment sur le plan légal et celui des libertés individuelles, permettant l'accès des femmes au marché du travail, certaines inégalités structurelles (pression et obstacle) contribuent au maintien d'un climat de monopole masculin, Plusieurs obstacles peuvent traiter l'entrepreneuriat féminin en Algérie quatre :⁴⁷

2-6-1-climat des affaires : En dépit des efforts engagés par l'Etat pour promouvoir L'entrepreneuriat féminin en Algérie et des mesures de simplification (sur le plan fiscal) mises en œuvre. La rigidité du cadre réglementaire et institutionnel lié à la création et au fonctionnement des entreprises privées entraîne plusieurs contraintes. Notamment, lors de l'application sur le terrain et les contraintes financières et environnementales qui produisent une instabilité du climat des affaires et qui entravent l'action entrepreneuriale en général (OCDE,2014), en termes de prise de décisions, taille de l'entreprise et choix limité de secteurs

⁴⁵ BOUFELDJA Ghia, Op-cit, 2018,p :5.

⁴⁶ CHALAL Ferroudja, L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Entre les exigences du changement social et les stéréotypes du genre, Algerian scientific journal platform, volume 6, Article N°10, 2017, p : 177.

⁴⁷ Attar Abdelhafid, L'informel...l'autre face de l'entrepreneuriat féminin en Algérie (Cas du travail à domicile), Revue du Lareiid, N°04 ; JUIN 2017, p : 55.

d'activité. Aussi les potentialités humaines et les moyens déployés dans ce domaine. Le processus de création d'une entreprise est à la fois lourd, long et coûteux ; nécessitant des procédures impliquant plusieurs intervenants.

2-6-2-Les barrières socioculturelles : il existe un mépris de la femme qui empêche son accès sur le marché du travail qui se manifeste par certaines idées reçues relevant de motifs personnels (Bekkar,1998) ; laissent penser que la femme serait incapable de monter et d'assumer un investissement.

Bien qu'il existe plusieurs arguments mettant en évidence l'équité du genre, comme la parité et la séparation des biens comme phénomène de mode, un faire-valoir dans le monde moderne et des arguments religieux avancés par le Coran et le hadith.

Selon Heinz et Pollins, dans de nombreux cas, les femmes sont privées de droits de propriété et de participation aux décisions au sein de la famille ; les institutions sociales informelles ont un impact sur le rôle économique des femmes, justifié par certaines traditions, coutumes et même des lois qui peuvent déterminer les actions féminines et peut-être même le temps et les conditions de type travail (Banque mondiale, 2004).

2-6-3-Préjugés et poids des stéréotypes : Selon l'approche de Haddad.Z le projet étatique de développement et de mobilisation de la société des années 70 a exclu les femmes en les affectant en priorité à un procès de travail domestique (Mebtoul, 2010). L'éducation des filles au sein des familles est sensée les préparer à devenir de bonnes épouses, mères et ménagères. L'ambition de monter des affaires est considérée comme non féminine et en rupture avec le rôle traditionnel. Les femmes seraient victimes de barrières mentales et de préjugés qui les empêcheraient de percer dans le monde des affaires, mais surtout au sein de la famille et chez les femmes elles-mêmes qui ont tendance à sous-estimer leurs capacités. La violence aussi contre les femmes a pris des proportions alarmantes ces dernières années. La majorité des violences sont commises au sein de la famille algérienne.

2-6-4-Les charges domestiques et responsabilités familiales : la femme est associée au ménage et aux enfants, et doit concilier entre la vie de famille et la profession. Ce compromis entre la carrière professionnelle et une vie de famille épanouie reste un sérieux problème. Le mariage présente un tournant important dans la vie professionnelle de la femme algérienne car

il entrave l'emploi de la femme ; qui doit obtenir la permission du conjoint pour accéder au marché de travail et continuer leurs activités.⁴⁸

En effet, tous ces obstacles ne sont pas en faveur de la femme entrepreneur Algérienne, mais l'état a tenu à procurer tous les dispositifs et incitatifs possibles avec des partenaires économiques comme les agences d'aide à la création d'entreprise et l'aide à l'investissement, aussi des partenaires sociaux comme les associations féminines pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

2-7-Les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

La participation de certains acteurs économiques ou sociales externes à l'entreprise est un atout pour le développement des organisations, on en cite quelques uns dans le cas de l'Algérie.

2-7-1-Diapositifs d'aide à la création d'entreprise : Afin d'évaluer la part de l'état en entrepreneuriat féminin et création d'entreprise à travers les dispositifs d'aide et de financement destinée aux PME /TPE, l'accompagnement lors de la réalisation des projets, la pérennisation des activités et met l'accent sur le savoir-faire. Ainsi la mise en œuvre de cette politique est déléguée à un nombre d'organismes gouvernementaux. Les plus pertinents sont :

A-L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) : Financement destiné aux jeunes promoteurs (19-40 ans), pour des montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions DA. Créée en 1996 Les chiffres avancés par l'ANSEJ font état d'évolution du nombre de femmes ayant bénéficié de l'aide financière de ce dispositif qui a été de 17 605 projets en 2018.⁴⁹ dont presque la moitié sont des universitaires et celles issues de la formation professionnelle. Ces projets financés au profit des promotrices femmes est de 1550 projets soit 14% en 2016.⁵⁰

Aussi avec une nouvelle structure « maison de l'entrepreneuriat » qui est l'outil pour inculquer les valeurs entrepreneuriales et initier les jeunes étudiants à l'acte d'entreprendre en offrant des journées de sensibilisation et de formation pour faire émerger des projets à forte valeur ajoutée qui contribuent dans le développement de l'économie Nationale.

⁴⁸ Attar Abdelhafid, Op-cit, 2017, p : 57.

⁴⁹ www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20171031/12475, consulté le 10/04/2019.

⁵⁰ <http://ansej.dz/index.php/fr/nos-statistiques>, consulté le 14/05/2019.

B-L'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) : Destinée à accompagner les projets d'investissement en matière d'information, de facilitation, de promotion, d'assistance et de suivi. Ce dispositif créé en 2001 gère un certain nombre d'établissements offrant des incitations fiscales à l'appui de projets d'investissement notamment les avantages fiscaux sur l'exonération des impôts sur le bénéfice des sociétés (IBS), la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) et un abattement sur le montant de la redevance locative annuelle) avec une contribution de l'état plus particulière au niveau des wilayas du sud et des hauts plateaux allons jusqu'à 10 ans, visant à la prise de participation dans des PME locales et à des lignes de financement de crédit-bail pour les PME.

Les chiffres de l'ANDI précisent que pour l'année 2018 ; 4 125 projets ont été déclarés, représentant un montant de 1 676 milliards de dinars et générant 143 320 emplois.⁵¹

C-Caisse national d'assurance chômage (CNAC) : Créée en 1994. Sa mission est l'aide à la création d'activités en priorité pour les chômeurs âgés de 30 à 55 ans qui investissent dans des activités industrielles /ou de services, sauf la revente en l'état pour des montants d'investissements pouvant atteindre 10 millions DA.⁵² Les chiffres CNAC existants font état de 3474 micro-entreprise bénéficiaire en 2018.⁵³

D-L'agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM) : Créée en 2004. Vise le financement de la création d'activités et le financement d'activités à domicile pour les jeunes âgé de 18 ans et plus sans revenus ou disposant de petits revenus instables et irréguliers, pour favoriser les artisans et l'auto-emploi, notamment des femmes et des jeunes, avec des petits prêt non rémunéré pour l'achat de matière première avec un plafond de 100.000,00DA allant jusqu'à 250.000DA au niveau des wilayas du sud, et une formule de prêt plus importante ne dépassant pas 1.000.000,00DA. Ainsi 561 522 femmes ont bénéficiée des micros crédits pour la réalisation de leurs projets soit un taux de 62,98% par rapport aux hommes, durant le premier trimestre de l'année 2019.⁵⁴

2-7-2-Association des femmes entrepreneurs : L'unes des plus importantes associations Algériennes des femmes entrepreneurs sont :

⁵¹ <http://www.andi.dz/index.php/fr/declaration-d-investissement>, consulté le 14 mai 2019

⁵² http://www.cnac.dz/site_cnac_new/web%20pages/Fr/FR_PresentationCNAC.aspx, consulté le 14 mai 2019.

⁵³ www.aps.dz/economie/85998-l-age-des-beneficiaires-des-facilitations-du-dispositif-de-la-cnac-prolonge-a-55ans, consulté le 14 mai 2019.

⁵⁴ <http://www.angem.dz/article/prets-octroyes/>, consulté le 10/04/2019.

A-L'association des femmes Algériennes chef d'entreprises SEVE : Est une association des femmes Algériennes chefs d'entreprises qui a été créée en juin 1993 sa mission est d'identifier et de faire valoir le potentiel du savoir faire des femmes chefs d'entreprises dans tous les secteurs d'activités, soutenir et accompagner les projets avec de l'information (séminaires, forums), l'orientation, le conseil et la formation, aussi la possibilité de marraînage de sous-traitance ou de reprise d'affaires.⁵⁵

B-L'association des Algériennes managers et chefs d'entreprises (AME) : Existe depuis 2005, c'est une association de femmes dirigeantes de sociétés (SARL, SPA, SNC, EURL) rassemblé pour créer une synergie pour être plus efficaces dans leurs actions et développer une capacité de conception et d'études prospectives, et s'imposer comme force de proposition en apportant des visions et des approches innovantes, en rupture avec les clichés ambiants.⁵⁶

C-Réseau Algérien des femmes d'affaires (RAFA) : C'est une fondation des femmes d'affaires qui fédère leurs efforts en créant un espace de dialogues et de communication des femmes entrepreneures dans tous les domaines d'activités de la culture d'entreprise et d'éthique, Ce réseau travail surtout avec les femmes artisanes et mène un combat pour l'égalité des sexes en entrepreneuriat.⁵⁷

Malgré tous les dispositifs mis en place par l'état pour l'aide a l'emploi comme l'agence national de l'emploi (ANEM) et l'aide à l'investissement et la création d'entreprise, aussi la société civile comme les associations féminine. Mais il reste une certaine catégorie de la population active qui est au chômage et voulant travailler même sous des conditions informels. Ce phénomène touche en particulier la gente féminine que l'on va étudier dans le point suivant.

2-8-L'informel dans l'entrepreneuriat féminin en Algérie

En raison des critères de choix spécifiques (charge de travail -avantages sociaux-distance par rapport au lieu de travail-transport-type d'entreprise.), des difficultés liées à la discrimination et la faible mobilité, certaines femmes acceptent des emplois précaires à des bas salaires sans perspectives de carrière.

⁵⁵ <http://www.sevedz.com/presentation>, consulté le 10/04/2019

⁵⁶ <http://www.amedz.com/nosobjectifs.aspx>, consulté le 10/04/2019.

⁵⁷ <https://www.euromedwomen.foundation/pg/fr/profile/samirahadjilani>, consulté le 10/04/2019.

Pour faire face à ces chances réduites d'avoir une activité dans le secteur formel, l'emploi informel s'est présenté comme un substitut temporel répondant à des nouvelles pratiques sociales exercées par ces exclues de la sphère administrée.⁵⁸

Ce mouvement, du fait des nouvelles orientations économiques et du désengagement de l'Etat, a donné naissance à un développement sans précédent du travail informel chez le sexe féminin qui prend des formes et des applications variées qui affecteront l'organisation sociale. On observe alors que les femmes Algériennes sont de plus en plus nombreuses à s'adonner au travail à domicile. Un type de travail qui leur a permis de gagner leur vie, de lier vie privé et vie familiale et s'émanciper, de s'affranchir des archaïsmes patriarcaux et, dans certains cas, de se constituer des patrimoines consistants. Le repli de cette catégorie de population sur le foyer mentionne une résistance aux impacts politiques et socioculturels et constitue une perte pour la fiscalité et l'économie du pays.⁵⁹

En conclu de la deuxième section que malgré des périodes historiques difficiles vécu par la société Algérienne, notre économie reprend un nouveau souffle libérale capitaliste et par ce fait développe de nombreuses facettes économiques tel que l'entrepreneuriat féminin qui ne cesse d'accroître avec la volonté politique et sociale pour promouvoir ce phénomène qui dépend de plusieurs déterminants, motivations et obstacles.

Conclusion

L'entrepreneuriat féminin est l'un des sujets d'actualité que traite plusieurs économistes, gestionnaires et politiques avec attention vue la sensibilité et l'importance de ses apports, comme de combler des niches du marché sous estimé, mais qui apportent une véritable valeur ajoutée à l'économie, sans parler du côté socioculturel qui permet à la femme de se libérer de ses chaînes et obstacle qui empêche son épanouissement personnel (l'image de soi) et professionnel en tant qu'individu influant qui laisse son empreinte dans la société.

selon Mebtoul les femmes ayant envie de créer leur entreprise doivent encore s'armer d'endurance et de persévérance pour pouvoir s'affirmer en tant que dirigeantes, surtout dans des secteurs typiquement masculins. Aussi les obstacles que rencontre la femme entrepreneur, d'après Salman et al. (2012). « La majorité des femmes affirment que leur sexe leur a posé problème, que ce soit vis-à-vis de leur entourage proche ou vis-à-vis de l'extérieur. Plus de

⁵⁸ Attar Abdelhafid, Op-cit, 2017, p 57.

⁵⁹ Attar Abdelhafid, Op-cit, 2017, p 57.

la moitié des femmes interrogées avoue que le fait d'être une femme a une influence directe sur leur activité en tant qu'entrepreneures ». Ces attitudes socioculturelles sont le résultat de la socialisation des femmes dans leurs sociétés. Salman et al. ont conclu que « la socialisation des filles ne contribue pas à développer leur confiance en elles, leur autonomie, leurs sens du risque et leur goût de l'innovation : des aptitudes pourtant nécessaires chez tout individu qui souhaite développer et gérer son propre entreprise ».

La contribution de l'entrepreneuriat féminin en Algérie revêt de plus en plus une importance capitale pour le développement économique, culturel et sociale. Mais subsiste toujours une certaine mentalité et des traditions qui influent sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Ainsi grâce à de multiples raisons l'entrepreneuriat féminin pourrait même devenir un des remèdes à la crise économique actuelle.

Chapitre (I I I) :
l'entrepreneuriat féminin dans
la wilaya de Laghouat

Introduction

De nos jours, devenir son propre patron est une idée de plus en plus attractive, même auprès des femmes issues d'un milieu rural, malgré les difficultés qu'elles rencontrent au quotidien et grâce aux journées d'étude et d'information, des opportunités, des spécialités et le soutien des structures d'accompagnement (notamment les associations et dispositifs d'aide à l'emploi).

Chaque société a sa culture qui influence les comportements des ses membres et leurs perceptions de l'entrepreneuriat. Elle identifie également leurs actions et leurs réactions aux différentes méthodes de gestion et de motivation.

L'indicateur de participation économique et les opportunités offertes montrent que l'Algérie occupe la place 132 dans le classement mondial, et la 112^{ème} place pour l'accès à l'éducation, quand à la santé et le mode de vie, l'Algérie est à la 137^{ème} position.¹

Selon le centre national de registre de commerce (CNRC) il y'a eu en Algérie en 2016 environs 16 276 immatriculations tous secteurs confondus avec un taux de participation des opérateurs économiques personnes physiques du genre féminin de 7,7% par rapport au genre masculin et 6% pour les gérantes. Les entrepreneures sont âgées le plus souvent entre 39 et 48 ans avec un taux de 26,27%, suivie par la classe des 49 à 58 ans (22,98%). Ces femmes sont essentiellement concentrées dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8,1% du nombre global, suivie de la wilaya d'Oran avec un taux de 6,3% et Tlemcen avec 4,1%.²

Bien que le nombre de femmes entrepreneurs soit en augmentation continue. Les entreprises dirigées par les femmes en Algérie et plus précisément à Laghouat demeurent très faibles.

Nous allons tenter d'explorer dans ce chapitre les facteurs qui encouragent et entravent les activités entrepreneuriales des femmes dans la wilaya de Laghouat. Pour ce faire l'objectif de ce chapitre est d'essayer d'approcher la réalité de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat et il est structuré comme suit : La première section qui portera sur la présentation de la wilaya et ses différentes caractéristiques afin d'avoir un aperçu de l'environnement ou le phénomène (l'entrepreneuriat féminin) est étudié.

¹ Moussa T, égalité homme-femme :l'Algérie perd une place dans le classement mondial (rapport détaillé), revue Ameslay, 2018, P :1.

² https://sidjilcom.cnrc.dz/web/cnrc/download?p_auth=, consulté le 10/04/2019,actualisé le 20/06/2019.

Dans la deuxième section, nous allons commencer par la présentation de la méthodologie de recherche et enfin l'analyse des résultats à partir des données collectées par un entretien et deux questionnaires.

Section (1) : Présentation des caractéristiques de la wilaya de Laghouat

A travers cette section, nous allons essayer de présenter les caractéristiques démographiques, économiques et socioculturelles. Nous tenons à souligner que la majorité des données ont été recueillies sur le site de l'office national des statistiques (ONS) et les représentations graphiques ont été réalisés par nos propres soins,

1-1-Présentation des caractéristiques de la wilaya de Laghouat

La wilaya de Laghouat tire son appellation d'origine Tamazight qui veut dire « montagne en dent de scie », et cela en référence aux montagnes qui entourent cette petite ville des Beni Lekwat, tribue Amazigh Zénète. Laghouat se situe au centre du pays (nord du Sahara) limitée à son nord ouest par la wilaya de Tiaret, par l'ouest la wilaya d'El-Bayadh, l'est par la wilaya de Djelfa et par le sud ouest la wilaya de Ghardaïa. La wilaya de Laghouat possède également le plus grand gisement de gaz naturel d'Afrique avec une réserve estimée à plusieurs milliards de mètres cubes. La figure suivante représente la cartographie de la wilaya de Laghouat.

Figure (12) : Cartographie de la wilaya de Laghouat



1-1-1-Caractéristiques démographique : La wilaya de Laghouat fait partie des wilayas du sud avec une superficie de 25052 Km², En 2015 sa population est estimée à 477 328 habitants avec une densité de 16 habitants/km².³

La wilaya se distingue par deux zones distinctes :⁴

-La zone de l'Atlas Saharien : cette zone au nord ouest de la wilaya (Aflou et Brida) constitué de vieux massifs forestiers d'une superficie de : 47.095 ha, de nappes alfatières couvrant une superficie de 315.125 ha, ainsi que de pacage et parcours d'une superficie de 1.531.766 ha.

-La zone des hauts plateaux Saharien caractérisé par des altitudes allant de 700 à 1.000 m et des vastes étendues steppiques d'une superficie de 1.900.000 ha avec un potentiel important notamment pour l'espèce ovine.

1-1-2-Caractéristiques économiques : La Wilaya est composée de 10 Daïras et 24 communes.

L'agence nationale de développement de l'investissement ANDI déclare que durant la période 2002-2014 il y a eu 723 projets d'investissements dont le coût global est de 167 504 millions de dinars avec 7 694 postes d'emplois prévus.

Les secteurs porteurs sont l'agriculture avec une superficie totale de 2008706 ha, le tourisme qui est un créneau à exploiter en patrimoine préhistorique et vestiges berbère, mines et industrie comme les carrières d'argile production de filature et de tissage.⁵

1-1-3-Caractéristiques socioculturels : Cette wilaya est à l'image des wilayas du sud Algérien, elle se caractérise par un environnement très conservateur, respectueux des valeurs religieuses de l'islam et des traditions.

1-2- Les indicateurs de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Laghouat

Nous allons à travers cet élément essayer d'approcher le phénomène de l'entrepreneuriat dans la wilaya de Laghouat et cela en essayant d'analyser différents indicateurs dont : entreprises par secteur juridique, entreprises par forme juridique, les créations des entreprises par secteurs, Création d'entreprises au cours du premier semestre 2017-2018.

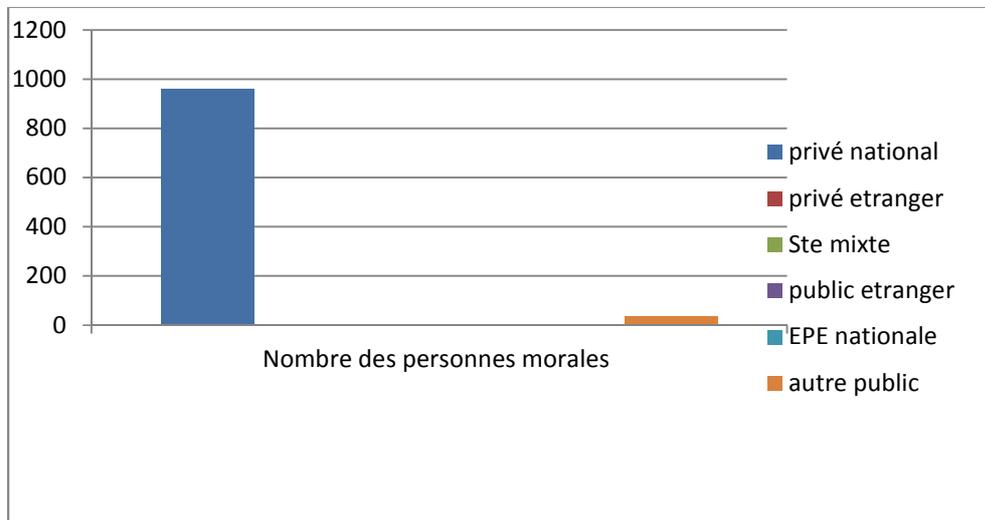
³ <http://www.google.com/amp/s/www.population-data.net>, Consulté le 19/05/2019.

⁴ www.andi.dz/pdf/monografie/Laghouat.pdf. Consulté le 19/05/2019.

⁵ Ibid

1-2-1-Entreprises par secteur juridique

Figure (13): Répartition des entreprises par secteur juridique au 30/06/2018 dans la wilaya de Laghouat

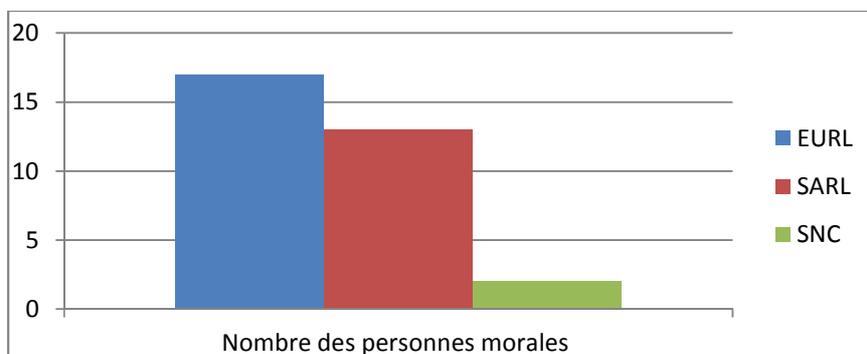


Etabli par nos propres soins à partir de www.ons.dz, disponible sur l'EURL www.ons.dz/03-les-repertoires-des-agents,2311, consulté le 28 Mai 2019, actualisé le 20/06/2019.

Dans la figure ci-dessus, nous pouvons constater pour la répartition des types d'entreprises dans la wilaya de Laghouat, qu'il y a un nombre très important d'entreprises privées nationales avec 960 entreprises, ensuite en deuxième position 34 autres entreprises publiques, ainsi que 2 sociétés mixtes et une entreprise privée. Enfin l'absence d'entreprises publiques étrangères.

1-2-2- Entreprises par forme juridique

Figure (14): répartition des entreprises par forme juridique du premier semestre 2018 dans la wilaya de Laghouat



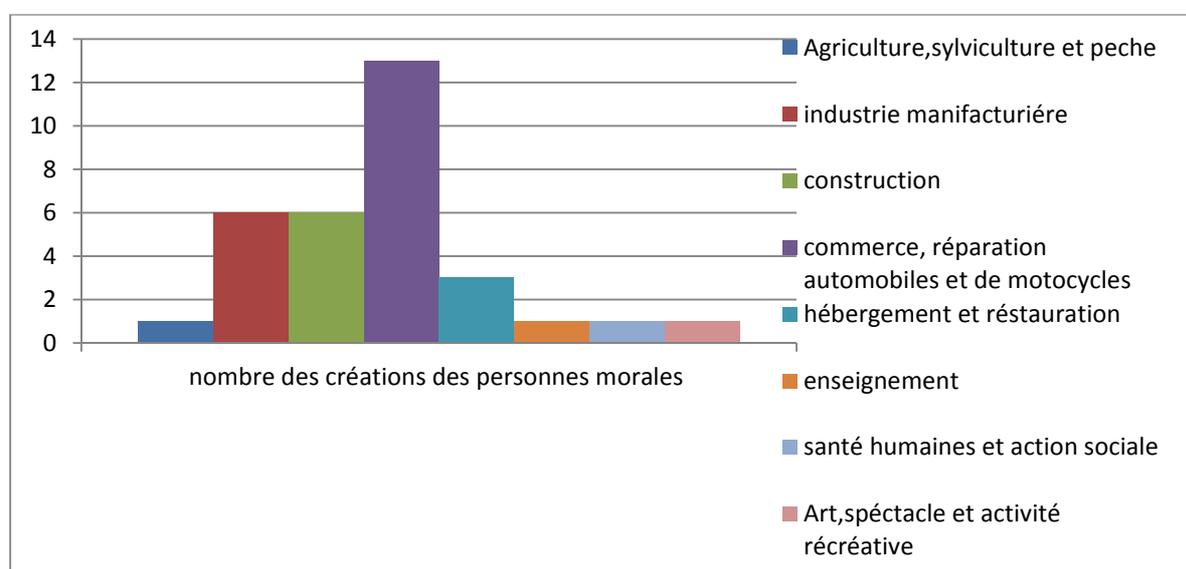
Etablie par nos propres soins

À partir de www.ons.dz, disponible sur l'EURL www.ons.dz/03-les-repertoires-des-agents,2311,consulté le 28 Mai 2019, actualisé le 20/06/2019.

Dans la figure ci-dessus, nous pouvons constater pour la répartition des types d'entreprises par forme juridique dans la wilaya de Laghouat, que la forme juridique EURL est la forme la plus représentative avec 17 entreprises créées, suivi en deuxième position de la forme juridique SARL avec 13 entreprises créées. Enfin, en dernière position la forme juridique SNC avec 2 entreprises créées.

1-2-3- Les créations des entreprises par secteurs

Figure (15): répartition des créations des entreprises par secteurs d'activités dans la wilaya de Laghouat durant le premier semestre 2018

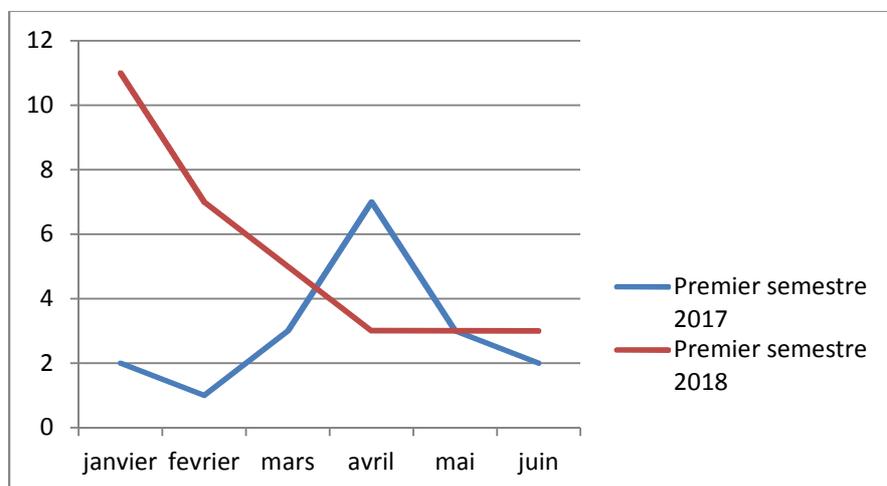


Etablie par nos propres soins à partir de www.ons.dz, disponible sur l'EURL www.ons.dz/03-les-repertoires-des-agents,2311,consulté le 28 Mai 2019, actualisé le 20/06/2019.

Nous pouvons constater pour la répartition des créations des entreprises par secteurs dans la wilaya de Laghouat qu'il y a en première position 13 créations d'entreprises de commerce, réparation automobile, ensuite en deuxième catégorie les secteurs de l'industrie manufacturière et de la construction (avec 6 entreprises chacune créée lors du premier semestre 2018). En troisième position le secteur de l'hébergement et restauration (avec 3 entreprises créées), enfin en quatrième position avec une entreprise créée dans chacun des secteurs suivant : Agriculture, sylviculture et pêche, enseignement, santé humaines et action sociale, Art, spectacle et activité récréative.

1-2-4- Création d'entreprises au cours du premier semestre 2017-2018

Figure (16) : Evolution mensuelle des créations d'entreprises au cours du premier semestre 2017-2018 pour la wilaya de Laghouat



Etabri par nos propres soins à partir de www.ons.dz, disponible sur l'EURL www.ons.dz/03-les-repertoires-des-agents,2311,consulté le 28 Mai 2019, actualisé le 20/06/2019.

Dans la figure ci-dessus, nous pouvons remarquer deux courbes évolutives, l'une représente le premier semestre de l'année 2017 (en bleu), et la deuxième courbe représente le premier semestre de l'année 2018 (en rouge). Nous constatons que la courbe de l'année 2017 a connue une hausse de création d'entreprises jusqu'au pique du moi d'avril ou elle a atteint son maximum (avec 7 entreprises créées), en parallèle une tendance à la baisse des entreprises créées lors du premier semestre de l'année 2018 qui va jusqu'au moi de mai avec seulement un taux stable de 3 entreprises créées chaque mois durant le deuxième trimestre 2018. Par la suite, la courbe des créations d'entreprises du premier semestre de l'année 2017 a connue une régression jusqu'à atteindre seulement 2 entreprises créées au moi de juin 2017.

Cette tendance à la hausse des entreprises créées au premier semestre de l'année 2017 peut s'expliquer, à notre avis avec les multiplications de campagnes de sensibilisation des organismes d'aide à la création d'entreprise et facilités toujours en vigueur par l'état algérien, contrairement à l'année 2018 qui a connue des nouvelles lois financières comme l'augmentation des taxes douanières pour les importations...etc.

Section 2: présentation de la méthodologie de recherche et présentation et discussion des résultats de l'étude

Dans cette section, nous allons présenter les étapes que nous avons suivies pour la réalisation de notre étude et nous allons procéder à la présentation puis à l'analyse des données issues de l'entretien et des résultats des questionnaires.

2-1-L'objectif de l'étude

Afin d'étudier notre problématique de recherche qui est celle de la réalité de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat, notre objectif a été d'évaluer la situation de ces femmes entrepreneures et essayé de comprendre les facteurs clés susceptibles d'influer sur l'évolution de leurs activités économiques (motivations et obstacles).

2-2-présentation de l'étude dans la wilaya de Laghouat

Afin d'effectuer notre étude de terrain, nous avons ciblé d'abord les organismes étatiques d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI), par la suite nous avons contacté des entrepreneurs femmes et enfin contacté une association féminine qui participe à la promotion et au développement de la femme. Ainsi, nous avons pu avoir un bon recueil d'information avec les différentes parties prenantes économiques et sociales d'une dynamique entrepreneuriale qui sont face à la réalité et sur le terrain quotidiennement, étant les mieux placés pour répondre à toutes nos questions.

L'étude du terrain a été menée dans la wilaya de Laghouat. Et s'est déroulée tout au long du deuxième trimestre de l'année 2019. Durant cette période nous nous sommes déplacés deux fois dans la wilaya. Afin d'avoir tout d'abord l'accord de coopération des structures (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI), ensuite avoir des données statistiques sur les femmes bénéficiaires de leurs dispositifs. Enfin, nous avons pu diffuser des questionnaires destinés à ces structures d'aide à la création d'entreprises et aux femmes entrepreneurs et enfin les collecter.

Afin de répondre à cette problématique, nous avons opté pour une méthode de recherche mixte, à savoir: une étude quantitative qui désigne la collecte de données quantifiables, basée sur des techniques mathématiques et statistiques et une étude qualitative qui est une étude destinée à recueillir des éléments qualitatifs, qui vise la compréhension en

profondeur d'une démarche et qui se base sur les entretiens comme outil de collecte de données, les informations recueillies seront ensuite analysées de manière interprétative.

Dans le cadre de notre recherche, nous avons opté d'une part, pour l'approche qualitative qui a pour objectif d'approfondir les données sur le phénomène de l'entrepreneuriat féminin en analysant un entretien mené avec la présidente d'association dont la mission est la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Et d'autre part, d'approcher les perceptions qu'ont certaines femmes vis-à-vis des problèmes qu'elles rencontrent et d'approcher la perception des partenaires sociaux et économiques.

Les premières visites dans la wilaya de Laghouat avaient comme objet la collecte de données issues des questionnaires destinés aux organismes d'aide au financement aux créateurs d'entreprises (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI) qui a pour but d'évaluer des caractéristiques et quelques statistiques de leurs bénéficiaires (âge, niveau d'instruction, état civil, secteur d'activité, statut juridique, nature d'activité avant la création d'entreprise et le principale obstacle que rencontre ces femmes désirant créer une entreprise). (voir annexe 2)

Ensuite, nous avons essayé de distribuer un autre questionnaire destiné au groupe cible (femme entrepreneurs) composé de 23 questions scindé en trois axes : Informations personnelles, l'activité et le secteur d'activité, L'entrepreneuriat et la création d'entreprise. (voir annexe 3).

En dernier, nous avons jugée important d'approcher une association à travers un guide d'entretien dont l'activité est de promouvoir l'entrepreneuriat féminin par entretien téléphonique. (voir annexe 1)

2-3-le choix et la taille de l'échantillon

L'échantillonnage est une méthode statistique qui permet la construction d'un groupe réduit de personne afin d'aboutir à une connaissance rapprochée (ou estimation) des caractéristiques de la population à étudier, il existe deux grandes techniques : les méthodes aléatoires (probabilistes), ce type renvoie à une sélection de façon où chaque sujet doit avoir exactement la même chance que les autres d'y participer. Les méthodes non aléatoires (non probabilistes) quant à elles, consistent à identifier dans la population quelques critères de répartition significatifs pour définir le sous ensemble à étudier. Sachant que pour la constitution de notre échantillon, nous avons opté pour la méthode probabiliste.

Notons que nous avons distribué 25 questionnaires et nous n'avons pu récupérer que 20. Le questionnaire a été distribué par nos soins auprès des femmes entrepreneurs venue de diverse horizons et régions (dans la wilaya de Laghouat), et nous les avons récupéré dans une période allant d'une a trois semaines.

2-4- Le déroulement de l'entretien avec la présidente de l'association féminine AFAOEM

En premier lieu, nous avons mis en place un guide d'entretien destiné à la présidente de l'association féminine Aicha Oum El-Mouminine (AFAOEM) de la région d'Aflou, car c'est un partenaire socioéconomique qui contribue à la promotion de l'entrepreneuriat féminin et qui est le plus approprié a nous communiquer toutes les informations nécessaires afin que nous puissions réaliser notre travail. L'entretien téléphonique s'est fait en deux étapes : une première étape pour demander l'accord d'une interview téléphonique et en deuxième étape mener un entretien téléphonique semi directif, contenant des questions ouvertes, afin de laisser le champ libre de répondre d'une manière à nous procurer un maximum de détails, d'une durée de 74 minutes durant laquelle nous avons eu des réponses à nos questions. Les axes du guide d'entretien se présentent comme suite : (voir annexe 1)

- Axe 01: Information sur l'association : Cet axe contient trois (3) questions, à travers lesquels la présidente de l'association nous présente l'histoire et la missions et les activités de son association ;
- Axe 02: L'idéologie de l'association sur l'entrepreneuriat féminin : Cet axe contient Cinq (5) questions, son objectif était d'avoir des réponses sur la propre vision et la perception de la présidente d'une association féminine dans un milieu rurale sur la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et en particulier dans la wilaya de Laghouat ;
- Axe 03 : L'identification et les observations de l'association : Cet axe contient trois (3) questions, son objectif était de connaitre à qui bénéficie ou a qui s'adresse cette association, puis connaitre les motivations et les freins de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat et plus particulièrement la région d'Aflou de par l'avis de cette présidente d'association féminine.

2-5-Le déroulement de l'enquête par questionnaire

Le questionnaire constitue l'un des éléments essentiels de notre enquête. Nos questionnaires ont été rédigés de manière à pouvoir recueillir les informations qui peuvent répondre aux objectifs de l'enquête.

Un premier questionnaire a été destiné à quatre organismes d'aide à la création d'entreprise dans la wilaya de Laghouat (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI). Il comporte des questions de différents types : fermées, ouvertes, cette série de questions s'articulent autour de huit (08) questions, qui se décomposent en trois (03) axes : les informations personnelles sur les femmes bénéficiaires de ces dispositifs, l'activité et le secteur d'activité, les freins que rencontrent les femmes entrepreneurs bénéficiaires du dispositif d'aide à la création d'entreprise. voir (l'annexe 2)

- Axe 1 : informations personnelles sur les femmes bénéficiaires de ces dispositifs : Cet axe contient quatre questions (Pourcentage des femmes bénéficiaires par rapport aux hommes bénéficiaires, la tranche d'âge, niveau intellectuel, état civil) ;
- Axe 2 : L'activité et le secteur d'activité : Cet axe contient trois (3) questions (Activité exercée auparavant, statut juridique de l'entreprise créée et le secteur d'activité) ;
- Axe 3 : les freins que rencontrent les femmes entrepreneurs bénéficiaires du dispositif : Cet axe comporte une (1) question sur les freins qui peuvent influencer sur le recourt des femmes entrepreneurs de la wilaya de Laghouat a ces dispositifs d'aide à la création d'entreprise.

Un deuxième questionnaire a été destiné à un échantillon de vingt (20) femmes entrepreneurs. Il comporte vingt-trois (23) questions, qui se décomposent en trois (03) axes conformément à la problématique de recherche, ainsi que les questions qui y ont découlent. (Voir l'annexe 3) ;

- Axe 01 : informations personnelles du répondant : Cet axe contient trois questions pour les femmes entrepreneurs telle que l'âge, l'état civil, le niveau d'instruction ;
- Axe 02 : L'activité et le secteur d'activité : Cet axe contient trois questions fermées pour le secteur d'activité, la nature de l'activité et la taille de l'entreprise, enfin une question ouverte pour l'âge de l'entreprise ;

- Axe 03 : L'entreprise et la création d'entreprise : Cet axe contient seize (16) questions, et enfin des questions fermées. Qui s'articulent autour de la pratique de l'entrepreneuriat pour les femmes.

2-6-Techniques d'analyse des résultats

Pour les résultats de notre entretien avec la présidente de l'association, nous tenons à préciser que chaque réponse à une question sera analysée en essayant de comparer les données réelles du terrain avec ce que nous avons déjà cité dans la partie théorique. Concernant le traitement des données issues de nos enquêtes par questionnaires, nous avons recours à l'utilisation de Microsoft Excel pour le questionnaire destiné aux organismes d'aide à la création d'entreprises. Enfin, nous avons utilisé le programme Microsoft excel ainsi que le logiciel SPSS pour analyser le questionnaire destiné aux femmes entrepreneurs.

2-7-Présentation et discussion des résultats de l'étude

Dans cet élément, nous allons procéder à la présentation et l'analyse des résultats obtenues via l'entretien avec la présidente de l'association féminine Aicha Oum El Mouminine (AFAOEM) pour le développement et la promotion de la femme dans la région d'Aflou. Afin de développer le rôle que peut avoir les associations féminines dans la trajectoire de carrière de la femme désirant créer sa propre entreprise, surtout dans le milieu rurale du sud de l'Algérie. Ainsi, que la collecte de données grâce à des questionnaires distribués auprès de salariés des organismes d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI) et des femmes entrepreneurs de la wilaya de Laghouat que nous allons essayer d'analyser et de discuter.

2-7-1-Présentation et analyse des résultats de l'entretien: dans ce qui suit nous allons procéder à la présentation et l'analyse des questions de l'entretien.

Concernant les axes en générale, l'objectif est d'essayer de présenter l'association, sa mission, ses activités, ses principes idéologiques, les déterminants et les obstacles que rencontrent les femmes entrepreneurs de la région d'Aflou.

Axe1 : Information sur l'association

Q1. Présentation de l'association

« Notre association, a but non lucratif, a été créée en 28 Septembre 1994 suivant la loi n° 90-31 du 04 décembre 1990 relative aux associations .C'es une association qui a pour but le développement, et la promotion la de la femme (jeunes filles en particulier).Aicha Oum El-Mouminine est une association créée dans une période des plus ténèbres qu'a connu notre région, et l'Algérie en général, non moins une période de terrorisme mais de plus une période ou tous les maux sociaux ont touché la population, et spécialement la femme, tel que l'analphabétisme, le chômage, etc. Le défi qu'a soulevé notre association dans cette période est de participer, plus au moins, à améliorer le quotidien et notamment leurs niveaux scolaires et professionnel »

Q2. Mission de l'association

« Développer l'autonomisation économique des femmes Création d'une dynamique socio-économique et culturel par l'intégration de la femme dans la promotion et le développement de la région tout en restant dans la démarche de la protection de l'environnement par l'information, la sensibilisation et la formation ».

Q3. Quelles sont vos statistiques et vos réalisations? Évaluez vos actions de sensibilisation ?

" On a pas établi de statistiques par rapport à l'entrepreneuriat féminin de la région d'Aflou. En ce qui concerne nos actions de sensibilisation on se déplace dans les zones isolé d'Aflou comme la commune de Ghicha, Gaada pour informer les femmes désirant créer leurs entreprises ou faire des formations comme l'informatique pour étudier a distance, des cours de pâtisserie donnés au niveau du siège de l'association comportant des salles de cours, inviter les organismes d'aide a la création d'entreprise tel que l'ANSEJ et l'ANGEM pour expliquer aux jeunes femmes intéressées les opportunités offertes pour financer leurs projets, pour ce qui est de l'aide financière l'association n'a pas le droit d'octroyer des prêts financiers interdit par des textes de loi, mais peut fournir la matière première, le matériel, l'accompagnement... Etc.

Nos réalisations sont :

-Le renforcement des capacités des leaders associatifs et non associatif locaux pour mieux activer dans la réinsertion socio-économique des jeunes filles essentiellement à travers la formation, l'information, sensibilisation et l'orientation à la création d'activités ;

- Aide à l'insertion professionnelle des jeunes filles par l'amélioration de leur niveau scolaire et la formation aux nouvelles technologies de l'information et de la communication ;

-Le renforcement des capacités d'agir des associations féminines de développement d'Aflou. Analyse socio-économique selon le genre. le Rôle socio-économique des femmes dans le développement ;

- Renforcement des capacités d'agir des associations de développement d'Aflou, dans le cadre du projet organisations non gouvernementales ONG. Autonomisation économique des Femmes tisseuses d'AFLOU (hauts Plateaux) La maison du tapis de Djebbel Ammour dédiée aux femmes gardiennes de ce patrimoine »financé par ONUfemme ;

-Mise en œuvre d'un atelier de formation aux métiers qualifiants pour femmes et jeunes filles financé par l'ambassade du Canada. Une centaine de femmes ont acquis un métier en couture grâce à ce projet ;

-La mise en place du « Centre de l'Espoir pour le Développement Durable » : portant sur l'insertion socio-économique des jeunes par l'information, la sensibilisation, la formation et l'orientation, dans le cadre du projet ONG I.et géré par le ministère de la jeunesse et des sports. Plus de 300 personnes ont été formés en langues et en informatique. L'université d'été 2007, co-organisée avec la Fondation Friedrich Ebert. Des ateliers de formation regroupant chacun 22 bénéficiaires ont été organisés, en GCP et en gestion du temps.»

Malgré les obstacles, l'association AFAOEM avance avec la société Algérienne et s'adapte a toutes les requêtes de son environnement rude, en renforçant les capacités en micro-entrepreneuriat des jeunes défavorisés et du secteur informel afin de fournir l'accès aux services non financiers de développement des affaires, identifier le potentiel du savoir faire des femmes chefs d'entreprises dans tous les secteurs d'activités, soutenir aussi et accompagner les petits projets en sensibilisant, formant et orientant les femmes voulant être actives et créer leurs propres entreprise ou simplement voulant se former pour intégrer un travail.

Axe 2 : Perspectives de l'association sur l'entrepreneuriat féminin.

Q4. Quel est la place de la femme en Algérie ?

" La femme Algérienne reprend un peu d'assurance ces dernières années et fait de plus en plus de longues études, dans notre région elle vient même s'informer auprès de notre association avec l'initiative de leurs pères pour chercher une formation (le regard de la société a changé)".

Nous constatons que cette réponse nous évoque les facteurs explicatifs de la progression féminine en matière d'emploi en Algérie vue dans notre partie théorique sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, qui selon Haddad (1999), l'Algérie des années 80 a connue une scolarisation massive des filles, ce qui constitue un facteurs de changement important dans la société Algérienne, aussi le soutien de la famille qui pousse les jeunes femmes Algériennes à se lancer de plus en plus dans l'entrepreneuriat.

Q5. Que pensez-vous de l'entrepreneuriat en Algérie, quels sont ses enjeux pour la croissance économique ?

" L'entrepreneuriat en Algérie comporte de lourdes procédures administratives qui pénalisent certaines catégories d'individus, aussi l'accompagnement manque au niveau des dispositifs d'aide a la création d'entreprise comme l'ANSEJ, l'ANGEM...etc, et enfin les grandes entreprises qui font de l'ombre aux micros entreprises et prennent tout les marche, c'est-à-dire un climat d'affaire non équitable avec des dérives tel que la corruption. Les enjeux sont d'attribuer à la femme le rôle qui lui revient celle d'un pilier de notre société"

Nous pouvons dire que la présidente de l'association énumère certains obstacles à l'entrepreneuriat en Algérie, tel que les obstacles administrative (bureaucratie) qui exclu une certaine catégorie de la société, aussi un manque d'accompagnement par les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI), ce qui engendre des problèmes de gestion pour ces nouvelles entrepreneures, et enfin l'absence d'équité dans les marchés tous pris par les plus grandes entreprises parfois par le biais de la corruption, ce qui n'aide pas a préserver la micro entreprise et ne favorise pas leur développement.

Q6. Pourquoi votre association s'intéresse à l'entrepreneuriat féminin ?

" on s'intéresse a l'entrepreneuriat féminin pour encourager la femme a être plus autonome financièrement et socialement, a développer son niveau d'instruction en se déplaçant vers ses

femmes marginalisées qui sont généralement bédouines et leurs offrir des formations à distance en leurs apprenant l'outil de l'informatique et a prendre confiance en elle".

Nous pouvons dire que l'intérêt de promouvoir l'entrepreneuriat féminin pour cette association est avant tout socioéconomique, celui d'accroître pour la femme des opportunités de formation, ses besoins d'autonomie (plus d'indépendance) et de ce fait, motiver les femmes de la région à se lancer dans le domaine de l'entrepreneuriat. Ainsi, l'association offre pour les femmes rurales qui généralement, ne poursuivent pas les études à cause des grandes distances par rapport aux écoles et instituts de formation. Enfin, améliorer l'image de soi pour ses femmes et développer leurs potentiels avec un soutien et un accompagnement sociale ainsi que l'importance de leurs procurer un réseautage tout aussi important dans le monde des affaires.

Q7. Par rapport à l'homme, qu'est ce qui caractérise la femme entrepreneur ?

« Les femmes sont soumises à certaines traditions qui les rendent inférieures à l'homme et parfois ouvrent leurs commerce mais ne perçoivent pas de revenus qui revient entièrement à leurs mari »

Nous pouvons dire que les barrières socioculturelles, et les contraintes familiales telles que l'opposition du conjoint au travail de la femme, freinent énormément les femmes ayant l'intention de créer une entreprise. Ce qui minimise la valeur et rôle de la femme dans la société en général et dans l'économie en particulier.

Q8. Quel sont les enjeux de l'entrepreneuriat féminin ?

« Les enjeux de l'entrepreneuriat féminin est surtout la promotion de la femme et le développement de ses activités, ainsi que l'émancipation de ces femmes entrepreneures».

Nous pouvons dire que la réponse donnée représente la mission de cette association féminine qui intervient pour la promotion de la femme en l'accompagnant vers des opportunités d'affaire et qui lui procure une source de revenu, mais pas que ça, l'autonomie, la formation et la confiance en soi l'encourage et la conforte pour être un important acteur économique efficace et efficient dans la société.

Axe 3 : L'identification et les observations de l'association.

Q10. Quelles sont les raisons pour que la femme intègre l'entrepreneuriat (les motivations) ?

"En premier lieu c'est une motivation financière d'avoir un revenu, ensuite viens le sentiment de reconnaissance et avoir sa place dans la société".

Cela peut être expliqué par l'importance primordiale de l'aspect économique chez la femme entrepreneur, qui domine l'aspect social (les motivations liées à la reconnaissance et la valorisation social) dans ce domaine de l'entrepreneuriat féminin à Laghouat.

Q11. Quels sont les freins que rencontre la femme qui s'intéresse à l'entrepreneuriat ?

"La lenteur et la lourdeur des procédures administratives, les inconvénients financiers comme les impôts alors que son métier ne lui rapporte que peu, et c'est cela qui a poussé les femmes à avoir des activités commerciales informelles, la marginalisation des femmes dans certaines activités agricoles même si l'État lui a ouvert les portes lors de l'application de certains programmes, c'est une autre paire de manche je cite l'exemple de la direction des forêts...."

Nous avons remarqué que les travaux de ATTAR sur le terrain (l'Algérie), ont étudié la réalité évoqué par la présidente de l'association AFAOEM. Pour ce qui est des contraintes financières et environnementales qui entravent l'action entrepreneuriale en général, aussi le processus de création d'une entreprise qui est à la fois lourd, long et coûteux ; nécessitant des procédures impliquant plusieurs intervenants. Et la contrainte des stéréotypes qui poussent certaines administrations à freiner des projets entrepreneuriaux de la gente féminine même si la loi donne des instructions contraires afin de privilégier la participation de ces femmes. Ces dernières seraient donc victimes de barrières mentales et de préjugés qui les empêcheraient de percer dans le monde des affaires

2-7-2-Synthèse des résultats de l'entretien : L'impact de la décennie noire en Algérie, a fait reculer l'économie du pays de façon considérable, et l'entrepreneuriat féminin n'a pas fait exception. Ce qui a donné une certaine légitimité au rôle des associations féminines (absorption du chômage des femmes au niveau local, la réinsertion sociale des femmes, développer l'éducation des jeunes femmes défavorisés...etc) qui ont contribué à relancer l'autonomie des femmes et faire partie du processus de changement de la société. Ainsi que l'identification

des motivations économique et sociales, et des obstacles administratives et celles liées au stéréotype masculin afin de mieux maîtriser ce phénomène.

2-7-3-Présentation et analyse des résultats de l'enquête par questionnaire : L'objectif étant de procéder à la présentation et l'analyse du questionnaire. En premier lieu, nous allons analyser les résultats de l'enquête de l'année 2018 par questionnaire visant les organismes d'aide au financement et a la création d'entreprises qui a été distribué à trois collaborateurs ANSEJ, ANGEM, CNAC (absence d'informations statistiques sur les bénéficiaires de l'ANDI).

Nous tenons à souligner que les données collectées de l'organisme CNAC de l'année 2018 liées aux 4 premières questions que nous allons présenter ci-dessous. Concernent une seule femme bénéficiaire, de notre avis ne sont pas représentatifs. Ainsi, nous allons faire juste une lecture des résultats, car nous ne pouvons émettre aucune analyse parce que l'échantillon contient un seul individu et donc n'est pas représentatif, ce cas concerne les questions suivantes :

Q2.Quel âge ont les femmes bénéficiaires de ces dispositifs ?

Concernant les résultats de la deuxième question, Seulement la CNAC a répondu à cette question avec une seule bénéficiaire en 2018 qui est dans la tranche d'âge [30-39] ans.

Q4. Quel est l'état civil des bénéficiaires ?

Pour cette question il n'y a eu que la CNAC qui nous est répondu avec une seule femme bénéficiaire de ce dispositif a l'année 2018 avec un état civil de divorcée.

Q5.Quelle était l'activité exercée avant le démarrage ou la création de l'entreprise ?

Pour cette question il y a eu que la CNAC qui nous est répondu avec une seule femme bénéficiaire de ce dispositif a l'année 2018 qui travaillaient au noir (travail non déclaré).

Q6 : Quel est le statut juridique des bénéficiaires ?

Pour cette question il y a eu que la CNAC qui nous est répondu avec une seule femme bénéficiaire de ce dispositif a l'année 2018 qui avait créé une entreprise avec un statut juridique « personne physique ».

Concernant les résultats des questions suivantes nous avons reçu des réponses d'au moins deux structures d'aide à la création d'entreprise. Nous allons donc lire et analyser.

Q1. Combien de femmes ont bénéficiées de votre dispositif par rapport aux hommes en 2018 ?

Les réponses reçues par les organismes d'aide à la création d'entreprises sont les suivantes : l'ANSEJ a eu 15 femmes bénéficiaires (soit 28,30%) par rapport aux hommes bénéficiaires de ce dispositif, l'ANGEM a eu 224 (soit 55,45%) par rapport aux hommes bénéficiaires de ce dispositif et seulement une femme bénéficiaire du dispositif de la CNAC (soit 3,7%) par rapport aux hommes bénéficières.

Nous pouvons constater que l'ANGEM est le diapositif qui cible le plus la catégorie féminine de par ses prérogatives sa mission et ses actions au prés des femmes au foyer en particulier.

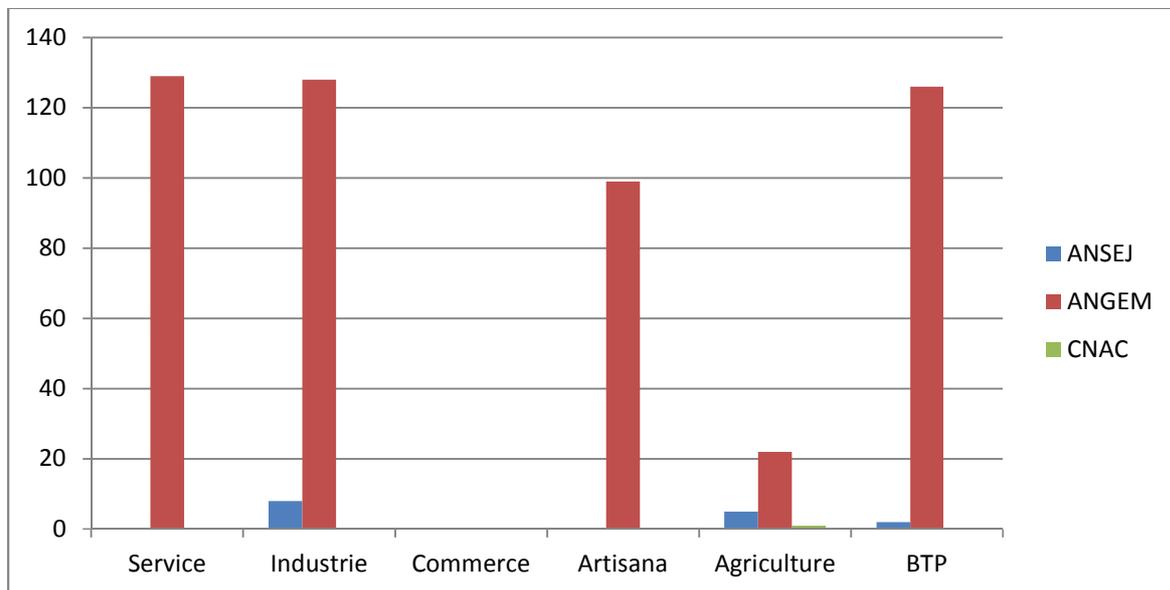
Q3. Quel est le niveau d'instruction des bénéficiaires ?

Les réponses reçues par les organismes d'aide à la création d'entreprises sont les suivantes : l'ANSEJ a eu 4 femmes issues de la formation professionnelle et 11 autres ayant un diplôme universitaire, la CNAC a une seule bénéficiaire issue de la formation professionnelle.

Nous pouvons constater qu'il y a que 4 femmes bénéficiaires de l'ANSEJ et une femme bénéficiaire de la CNAC qui sont issue de la formation professionnelle et cela indique un certain niveau d'instruction et une maitrise des métiers par ces femmes entrepreneurs. Ensuite le nombre élevé des femmes diplômés des universités ayant bénéficiés du diapositif ANSEJ de par les conditions de cet organisme pour l'acceptation des dossier qui privilégie la catégorie des universitaires.

Q7. Quel est le secteur d'activité ou exerce les bénéficiaires ?

Figure (17) : répartition par secteur d'activité



Source : établie par nos soins

Concernant les réponses reçues par les organismes d'aide à la création d'entreprises sont les suivantes : l'ANSEJ avec 5 femmes bénéficiaires dans le secteur de l'agriculture, 8 femmes entrepreneurs dans le secteur de l'industrie et 2 femmes dans le bâtiment et travaux public (BTP). l'ANGEM avec 22 femmes entrepreneurs dans le secteur de l'agriculture, 128 femmes entrepreneurs dans le secteur de la petite industrie, 126 femmes entrepreneurs dans le BTP, 29 femmes entrepreneurs dans le secteur du service, 99 femmes entrepreneures dans le secteur de l'artisanat, Enfin. la CNAC avec 1 seule femme entrepreneurs dans le secteur de l'agriculture.

Nous pouvons constater que le secteur de l'industrie prime pour les femmes bénéficiaires de l'ANSEJ, cela s'explique par un nombre important de ces bénéficiaires dans le secteur selon la catégorie visée par ce dispositif qui est les universitaires, ensuite, le secteur de l'agriculture et enfin, le secteur de BTP. l'ANGEM se caractérise par un nombre important faisant parti du secteur de la petite industrie des femmes entrepreneurs bénéficiaires de son dispositifs, suivie en deuxième position du secteur du BTP, le secteur de l'artisanat, le secteur du service et enfin, le secteur de l'agriculture.

En comparant les résultats de la répartition des entreprises féminine selon le secteur pour l'année 2018 issue des organismes ANSEJ et CNAC, nous pouvons dire que le secteur

de l'industrie est très prisé de la part de ces femmes entrepreneurs bénéficiaires de ces dispositifs dans la wilaya de Laghouat, et cela peut s'expliquer par le poids de l'investissement exigée dans ce secteur aussi les avantages fiscaux et l'accompagnement en matière de gestion offert par ses structures d'aide à la création d'entreprise. Nous avons aussi pu constater une contradiction qui se réfère au secteur de l'agriculture qui est en deuxième position pour les bénéficiaires de l'ANSEJ, mais qui est en dernière position pour les bénéficiaires de l'ANGEM car cette dernière structure cible généralement les femmes au foyer qui ne se dirigent pas vers ce genre de secteur réservé aux hommes dans la culture de cette wilaya (selon l'enquête menée par entretien avec l'AFAOEM).

Q8 . Quel est l'obstacle le plus important que rencontrent les femmes voulant créer leurs propres entreprises face aux compagnes de sensibilisation que mène votre organisme ?

Nous avons eu à l'unanimité comme réponse par les trois organismes d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC) que le frein majeur qui bloque les femmes désirant créer leurs propres entreprises et les entrepreneurs en général (même les hommes), était le rejet d'idée de crédit bancaire à cause de convictions religieuses.

L'environnement socioculturel avec toutes les considérations religieuses, sociales et économiques, a un impact sur les valeurs des entrepreneures, leurs façons de pensés et d'agir, enfin leurs comportements.

2-7-4- Synthèse des résultats de l'enquête par questionnaire : à l'issue des résultats de cette enquête et grâce à l'aide des responsables de statistiques de l'ANSEJ ,la CNAC et le responsable de formation de l'ANGEM qui nous ont bien renseignés et informés, nous déduisons que :

- Les structures d'aide à la création d'entreprises ont tissé des réseaux qui touchent différentes catégories de femmes dans la société comme les étudiantes et les femmes au foyer. En faisant des interventions répétées au sein des universités avec des ateliers créatifs, des sessions de formations en gestion d'entreprise surtout pour les premières étapes de création, des journées de sensibilisation. Aussi des compagnes de sensibilisation pour la réinsertion sociales.
- A coté du rôle d'information, ces organismes représentent un soutien financier non négligeable pour les jeunes femmes qui veulent se lancer et ne trouvent pas assez de fonds pour démarrer leurs projets.

Enfin nous pouvons dire que l'obstacle unanimement rencontré par les bénéficiaires des dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC) de la wilaya de Laghouat est celui du rejet des empreints bancaires (convictions religieuses)

2-7-5-Présentation et analyse des résultats de l'enquête par questionnaire ciblant les femmes entrepreneurs de la wilaya de Laghouat : L'objectif étant de procéder à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête par questionnaire qui a été distribuée sur un échantillon de 20 collaboratrices.

Concernant l'axe (1) lié aux Informations personnelles, l'objectif est d'approcher les caractéristiques personnelles des femmes entrepreneurs de notre échantillon dans la wilaya de Laghouat.

Q1. Quel âge avez-vous ?

Tableau (6) : représentation de l'âge des répondantes

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valid e	20-29 ans	5	25,0	25,0
	30-39 ans	7	35,0	35,0
	40-49 ans	4	20,0	20,0
	50-59 ans	4	20,0	20,0
	Total	20	100,0	100,0

Source : établi par nos soins

Du tableau ci-dessus nous constatons que 35% des femmes entrepreneurs représentent des trentenaires (30-39 ans), ensuite vient la catégorie des 20-29 ans avec 25% de femmes entrepreneurs, et en troisième position exéco à un taux de 20%les quarantenaires et les cinquantenaires. Enfin, nous remarquons l'absence dans notre échantillon des deux catégories (moins de 20ans et plus de 60ans).

Nous pouvons dire que ce résultat s'explique pour la première catégorie la plus représentée par le temps passé a faire des études et avoir une expérience professionnelle avant de se lancer dans l'entrepreneuriat ou tous simplement le temps de réflexion sur les ambitions professionnelles et personnelles. Suivie de la catégorie des (20-29 ans) qui est sans doute représentatives des jeunes femmes diplômées universitaires qui ont créés leurs entreprises tout de suite après la fin de leurs études ou un peu plus tard.

Les catégories des quarantenaires et celle des cinquantenaires sont moins représentatives car rares sont les femmes qui se lancent à cet âge et prennent des risques quit à bouleverser leurs stabilités longtemps vécu ou qui choisissent tout simplement une reconversion professionnelle à l'approche de l'âge de la retraite car elles sont moins dynamiques.

Les moins de 20 ans ne sont pas représentées car c'est un âge peu commun et précoce pour se lancer dans les affaires surtout pour une jeune femme (qui n'a pas fini ses études ou elles n'a pas suffisamment de maturité pour qu'elle prenne le contrôle se son avenir vis-à-vis d'elle-même, de sa famille et de la société).

Enfin les plus de 60 ans peuvent représenter une ancienne génération née avant l'indépendance de l'Algérie ou la femme finissait ses études et était fonctionnaire dans le meilleur des cas.

Q2.Quel est votre état civil ?

Tableau (7) : représentation de l'état civil des répondantes

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide Célibataire	6	30,0	30,0
Mariée	11	55,0	85,0
Veuve	1	5,0	90,0
Divorcé	2	10,0	100,0
Total	20	100,0	

Source : établie par nos soins

Du tableau ci-dessus, nous constatons que 55% des femmes entrepreneurs sont des femmes mariées. Ensuite, 30% des femmes entrepreneurs sont célibataires, en troisième position 10% sont divorcés, enfin 5% sont veuves.

Nous pouvons dire que plus de la moitié des femmes entrepreneurs sont mariées ce qui prouve que l'obstacle familiale n'est pas un frein pour les femmes entrepreneures et leur épanouissement. La deuxième catégorie est celle des femmes célibataires car ce sont généralement des jeunes femmes dynamiques et ambitieuses qui veulent plus d'indépendance et cherchent à se différencier. Mais reste deux catégories minoritaires (les veuves et les

divorcées) ce faible taux peut s'expliquer par une situation sociale critique qui les poussent à rechercher un revenu plus stable tel que les postes salariaux.

Q3. Quel niveau d'éducation avez-vous atteint ?

Tableau (8) : représentation du niveau d'éducation des répondantes

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide	Moyen	1	5,0	5,0
	Secondaire	5	25,0	30,0
	universitaire	14	70,0	100,0
	Total	20	100,0	

Source : établie par nos propres soins

Du tableau ci-dessus nous constatons que 70% des répondantes ont un niveau universitaire, 25% de femmes entrepreneurs ont un niveau secondaire et seulement 5% des femmes entrepreneurs ont un niveau moyen.

Nous pouvons dire que la catégorie majoritaire est celle avec un niveau universitaire, cela peut s'expliquer par la généralisation de l'enseignement supérieur.

Q4. Quel est le secteur d'activité auquel votre entreprise appartient ?

Tableau (9) : représentation du secteur d'activité des répondantes

		Secteur d'activité		Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
		Fréquence	Pourcentage		
Valide	BTP	1	5,0	5,0	5,0
	Service	5	25,0	25,0	30,0
	Artisanat	9	45,0	45,0	75,0
	Agriculture	1	5,0	5,0	80,0
	Autre	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Source : établie par nos propres soins

Du tableau ci-dessus, nous constatant que 45% des femmes entrepreneurs appartiennent au secteur d'artisanat, 25% appartiennent au secteur du service, 20% des

femmes entrepreneurs appartiennent à d'autres secteurs, enfin seulement 5% des femmes entrepreneurs déclarent qu'elles travaillent dans le secteur du BTP et de l'agriculture.

Nous pouvons dire que le secteur d'activité le plus important est celui de l'artisanat et cela peut s'expliquer par la nature des activités traditionnelles de la région, ses traditions, son savoir faire, et le travail très accessible pour la femme dans ce domaine (travail à domicile), pour le secteur des services qui reste un domaine qui valorise la femme de par sa nature serviable et attentive et méticuleuse. Enfin, le secteur d'agriculture et le secteur BTP moins représentée par les femmes entrepreneurs car ce sont des secteurs réservés à la gent masculine généralement. L'absence totale de la femme dans le secteur de l'industrie qui lui-même reste un secteur peu développé dans la région et exclusif pour l'homme en générale.

Q5. Votre activité est-elle traditionnelle pour les femmes de votre région ?

Tableau (10) : représentation de l'activité des répondantes

		Activité traditionnelle			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	7	35,0	35,0	35,0
	Non	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Source : établi par nos propres soins

Du tableau ci-dessus nous constatons que 65% des répondantes affirment exercer une activité non traditionnelle contre 35% des femmes qui exercent une activité traditionnelle. Nous pouvons dire qu'il y a plus d'activité non traditionnelles, mais cela est contradictoire aux résultats de la question précédente qui démontrent que le secteur d'artisanat est celui qui contient le plus de femmes entrepreneur. De ce fait les réponses doivent être plus d'avantage sur l'exercice d'une activité traditionnelle. Alors nous pouvons dire que ces femmes entrepreneurs ne perçoivent pas leurs activités comme étant traditionnelles car elles les modernisent et les revisitent avec leurs propres touches.

Q6. Quel est la taille de votre entreprise ?

Tableau (11) : représentation de la taille de l'entreprise des répondantes

		Taille de l'entreprise			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Micro entreprise	15	75,0	75,0	75,0
	Petite entreprise	3	15,0	15,0	90,0
	Moyenne entreprise	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Source : établie par nos propres soins

Du tableau ci-dessus, nous constatons que 75% déclarent que leurs entreprises sont de micros entreprises, suivi en de 15% de petites entreprises et 10% de moyennes entreprises.

Nous pouvons dire qu'en première position les petites entreprises féminines tiennent compte du secteur d'activité et de l'âge de l'entreprise pour leur croissance, qui sont généralement des entreprises artisanal et non industriel où la croissance en termes de taille est inférieure à d'autres secteurs. Mais la performance reste proportionnelle à la nature de l'activité.

Q7. Depuis combien de temps votre entreprise existe-t-elle ?

Tableau (12) : représentation de l'âge des entreprises des répondantes

		Age de l'entreprise			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1 an	1	5,0	5,0	5,0
	14 ans	1	5,0	5,0	10,0
	15 ans	2	10,0	10,0	20,0
	2 ans	4	20,0	20,0	40,0
	21 ans	1	5,0	5,0	45,0
	3 ans	1	5,0	5,0	50,0
	4 ans	3	15,0	15,0	65,0
	5 ans	1	5,0	5,0	70,0
	5 mois	1	5,0	5,0	75,0
	6 ans	1	5,0	5,0	80,0
	7 ans	1	5,0	5,0	85,0

8 ans	2	10,0	10,0	95,0
9 ans	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

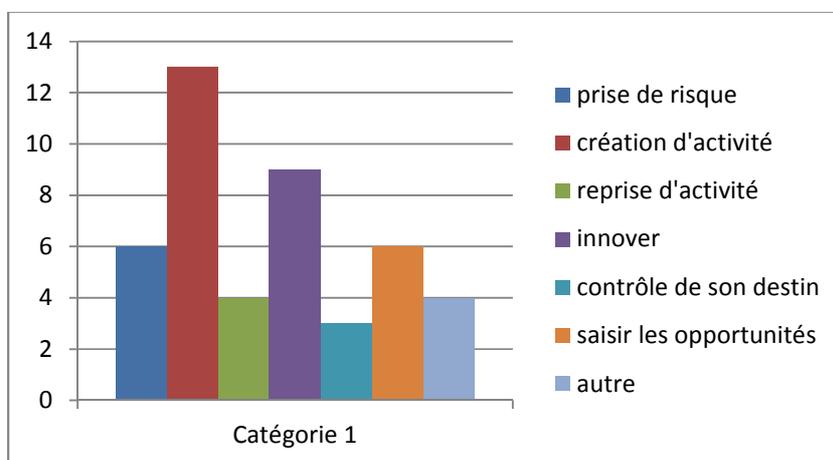
Source : établie par nos soins

Du tableau ci-dessous nous constatons qu'il y'a une catégorie qui se démarque, celle de 2 ans d'existence, suivi de celle des 4 ans d'existence, les entreprises qui existent depuis plus de 10 ans sont au nombre de 4 entreprises et les entreprises qui existent depuis moins de 10 ans sont majoritaires.

Nous pouvons dire que ces 10 dernières années ont connues un développement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat qui peu être grâce aux campagnes de sensibilisation pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin menées par les associations féminines locales et aux organismes d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI).

Q8. A votre avis, « l'entrepreneuriat » signifie quoi ?

Figure (18) : représentation graphique de la signification de l'entrepreneuriat pour les répondantes



Etabli par nos propres soins

De la figure ci-dessus, nous constatons que 65% de femmes entrepreneurs pensent que l'entrepreneuriat signifie une création d'activité. 45% des répondantes définissent l'entrepreneuriat par l'innovation, 30% des répondantes définissent l'entrepreneuriat comme une prise de risque, nous avons aussi comme étant de saisir les opportunités, 20% des répondantes définissent l'entrepreneuriat comme une reprise d'activité et « autre »

significations, enfin 15% des répondantes définissent l'entrepreneuriat comme le contrôle de son destin.

Nous pouvons dire que celles qui perçoivent l'entrepreneuriat comme une création d'activité s'explique par la nature de leurs activités entrepreneuriales, aiment relever les défis et se différencier avec de nouvelles activités. Celles qui lient l'entrepreneuriat à « l'innovation ». Aussi en troisième position la signification de prise de risque montre que ces femmes entrepreneurs sont prêtes à prendre des risques et acceptent les inconvénients qui vont avec. En dernier, la signification de l'entrepreneuriat comme reprise d'activité correspond à ce que les femmes entrepreneurs ne conçoivent pas et ne s'intéressent pas aux formes entrepreneuriales telles que l'entrepreneuriat familial, les franchises...etc. Seule la création d'entreprise est encrée dans leurs idéologies de l'entrepreneuriat. Et autre signification avec deux réponses d'entreprises artisanales qui ont déclaré que l'entrepreneuriat signifiait aussi la « création d'emploi » ce qui prouve dans ce cas là que ces femmes ont à cœur de développer l'économie de leur région, et de former les autres à leur métier et de transmettre le savoir faire et les traditions. aussi une réponse de «développement personnel et économique » qui traduit le besoin d'un épanouissement personnel et financier, et enfin une dernière réponse « prendre les choses en mains au lieu d'attendre un salaire à la fin du mois, et mettre en valeur notre savoir faire et grandir » qui récapitule les réponses précédentes.

Q9. Quel était votre situation avant de créer votre entreprise ?

Tableau (13) : représentation de la situation d'emploi des répondantes avant la création de leurs entreprises

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide	Sans emploi	10	50,0	50,0
	Salarié	7	35,0	35,0
	Autre	3	15,0	100,0
Total		20	100,0	

Source : établi par nos propres soins

Du tableau ci-dessus, nous constatons que 50% des femmes entrepreneurs était en situation de sans emploi avant de créer leurs entreprises, 35% des femmes entrepreneurs était en situation de salarié. Enfin, 15% de femmes entrepreneurs avaient d'autres situations d'emploi avant la création d'entreprise

Nous pouvons dire que la moitié des femmes entrepreneurs de notre échantillon se sont lancées dans l'entrepreneuriat à cause des effets du chômage et le manque de postes de recrutement comme salarié. Les femmes se sont tournées vers la création d'entreprise soit par nécessité (effet push) soit par propre initiative, 35% des femmes entrepreneurs qui était salariées et avait fait le choix de se lancer dans l'entrepreneuriat par opportunité (effet pull). Enfin, les 15% restantes expriment trois réponses différentes qui montre le parcours de chacune (profession libérale, avocate, femme au foyer), et cela montre que l'on peut venir de différents horizons et se lancer dans les affaire (effet pull), si les avantages sont meilleurs dans l'entrepreneuriat féminin.

Q10. L'idée de création de votre entreprise est venue comment ?

Tableau (14) : représentation de l'origine le l'idée d'entreprise

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide	Après l'obtention d'un diplôme	6	30,0	30,0
	Lors d'une formation	2	10,0	40,0
	Lors d'une expérience professionnelle	3	15,0	55,0
	A la fin de votre carrière	1	5,0	60,0
	Autre	8	40,0	100,0
Total		20	100,0	

Source : établi par nos propres soins

Du tableau ci-dessus nous constatons 40% de réponses indiquant « autre » avec deux d'entre elles qui précisent qu'a l'idée de création de leurs entreprises revient à un don ou talent innée et une passion. Ensuite nous avons 30% de répondantes indiquent que l'idée de création d'entreprise est venue après l'obtention d'un diplôme, 15% de femmes entrepreneurs ont eu l'idée de projet entrepreneurial lors d'une expérience professionnelle. 10% ont eu l'idée lors d'une formation. Enfin, seulement 5% des répondantes ont eu l'idée de créer leurs entreprises à la fin de carrière.

Nous pouvons dire que les répondantes qui ont eu l'idée de création d'entreprise avec « autre » origine loin de leurs expériences professionnelles ou d'étude et de formation indique un certain flair pour les affaires. Pour la deuxième catégorie, ce sont les universitaires

qui sont très nombreuses, aussi l'idée vient se formant pour celles qui ont eu l'idée lors d'une formation, et lors d'une expérience professionnelle ou on peut évaluer l'activité ou tout simplement l'idée d'une activité similaire. Enfin « a la fin de votre carrière » qui a le taux le plus faible. Cela conclut que la reconversion de la femme après une longue carrière n'est pas systématique et on peut attribuer ça à l'âge plus au moins avancée ou la femme qui finit sa carrière au plus tôt à l'âge de 55ans (retraite anticipée) et les signes physiologiques de fatigue et ralentissement de l'activité.

Q11. L'origine de l'idée de votre projet est-elle liée à quoi ?

Tableau (15) : représentation de l'origine de l'idée de projet

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide	Une propre initiative	11	55,0	55,0
	Au media	1	5,0	60,0
	A la famille	5	25,0	85,0
	Autre	3	15,0	100,0
	Total	20	100,0	

Source : établi par nos propres soins

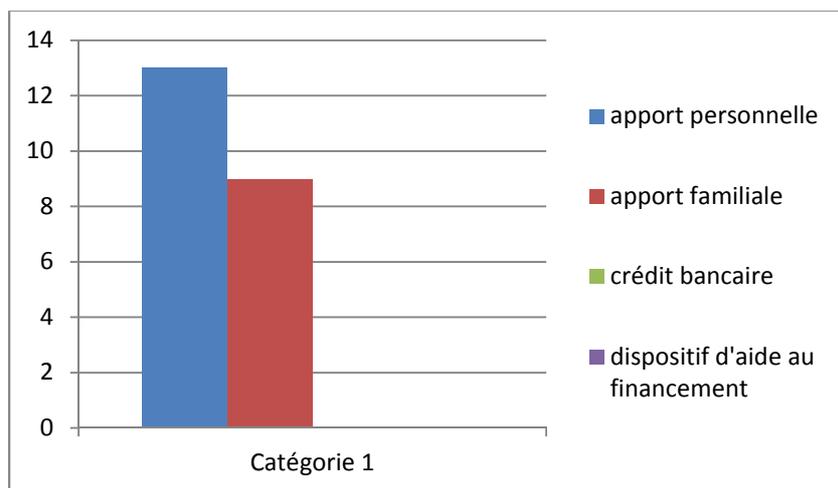
Du tableau ci-dessus, nous constatons que 55% des répondantes ont démarrées leurs entreprises avec une propre initiative, 25% des répondantes ont démarrées leurs entreprises avec une idée qui a pour origine l'environnement familiale, 15% des répondantes ont démarrées leurs entreprises avec d'autres origines à l'idée de se lancer dans l'entrepreneuriat. Enfin 5% des répondantes ont eu l'idée du projet de leurs entreprises à travers les médias.

Nous pouvons dire que « la propre initiative » est à la première position car le vrai moteur de toute action reste la volonté personnelle. Ensuite pour l'idée qui implique la famille comme origine du lancement de projet est due à l'encadrement et l'encouragement de la famille qui les oriente vers des projets plus fiables et viables à leur sens. Pour celles qui évoquent d'autres origines de l'idée de projet avaient des précisions telles qu'une ambition personnelle, qui peut être allusion à certaines circonstances inattendues qui les ont menées à l'entrepreneuriat. En dernière position il y a la réponse de l'origine qui revient au média et peut expliquer un faible intérêt pour ce canal d'information. Enfin l'absence de réponses sur l'origine de l'idée de projet liée aux organismes d'aide à la création d'entreprise montre que rarement les femmes entrepreneurs ne s'intéressent à ces structures qui incitent à s'endetter.

dans la plus part des cas et être dépendant d'eux avec des comptes a rendre, ainsi qu'une faible crédibilité vis-à-vis de la société culturellement parlant et religieusement d'après nos enquêtes sur le terrain.

Q12. Quel est la source du capital financier de départ de votre entreprise ?

Figure (19) : représentation de l'apport financier des répondantes

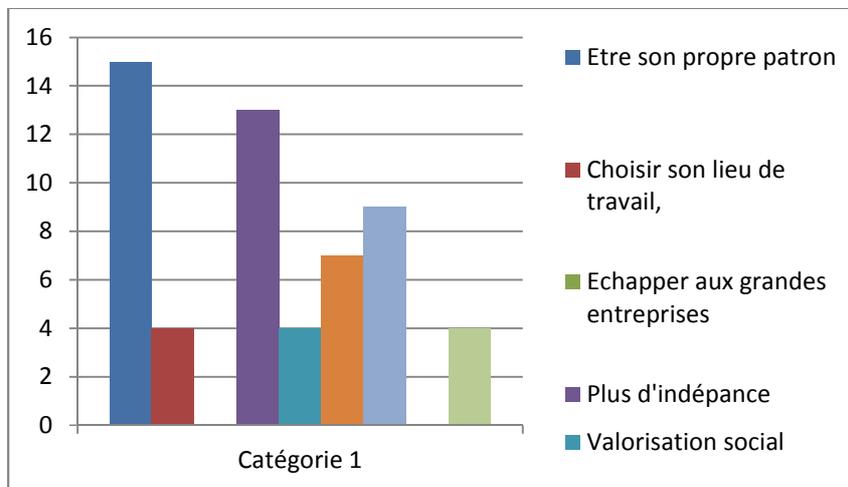


Etabli par nos propres soins

De la figure ci-dessus, nous constatons que 65% des répondantes ont démarrées leurs entreprises avec un apport personnel de départ, 45% des répondantes qui ont démarrées leurs entreprises avec un apport financier familial, et on remarque l'absence de capital financier par dispositifs d'aide au financement ou par crédit bancaire pour lancer leurs projets. Nous pouvons dire que la majorité des femmes entrepreneurs de notre échantillon ont utilisé un apport financier personnel de départ et cela s'accorde avec le fait que l'entrepreneuriat vient généralement d'une initiative personnelle. Ensuite en deuxième position l'utilisation d'un apport financier familial car en second lieu l'origine de l'idée de projet vient de la famille ou même dans le cas d'une initiative personnelle ces femmes entrepreneurs peuvent avoir un soutien familiale morale et financier. Enfin l'absence d'aide financier par crédit bancaire ou par dispositifs d'aide au financement car ces femmes entrepreneurs n'utilise pas des crédits bancaires et cela revient a une idéologie religieuse. Et ne font pas appelle aux structures d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI), malgré les avantages fiscaux (les taux de d'intérêt bonifié à 0%), aussi l'idée d'utiliser l'argent de la banque reste douteux pour ces femmes du point de vue religieux.

Q13.Qu' est ce qui vous a incité a vous lancer dans un projet entrepreneuriale ?

Figure (20) : représentation des motivations des répondantes



Source : établi par nos propres soins.

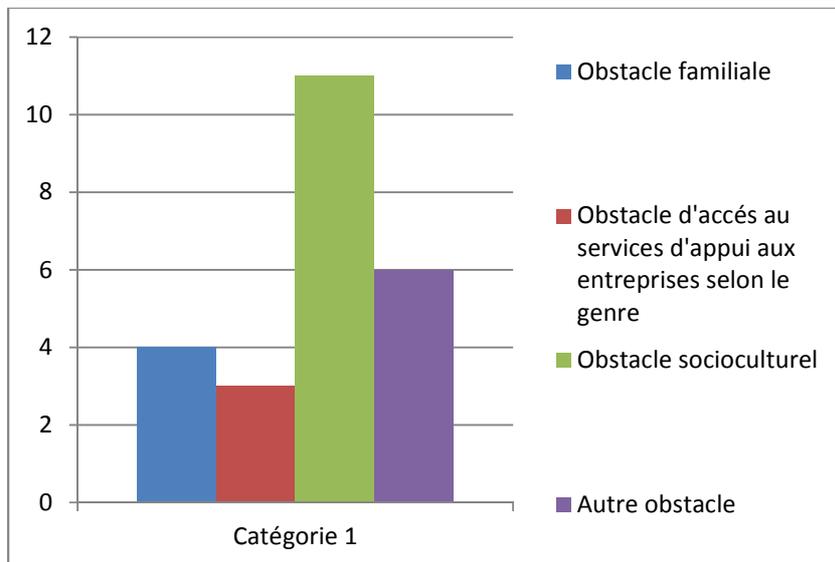
Dans la figure ci-dessus nous constatons que 75% des femmes entrepreneurs sont motivées pour se lancer dans un projet entrepreneurial par « être son propre patron », 65% des répondantes sont motivées par « plus d'indépendance », 45% des répondantes sont motivées par « la création d'emploi », 35% des répondantes sont motivée par « relever des défis », 20% des répondantes sont motivées par « la valorisation sociale », « choisir son lieux de travail, et ses collaborateurs » et « autres motivation ». Enfin, nous constatons l'absence de motivation « d'échapper aux grandes entreprises » et être motivées par « des parents et des grands parents entrepreneurs ».

Nous pouvons dire la motivation la plus importante d'être son propre patron peut revenir aux comportements des individus qui dès qu'ils sont responsables hiérarchiques ou directeurs ont un style de gestion autoritaire et tyrannique, ou tous simplement le fait que ces femmes entrepreneurs ne supportent pas l'autorité et les ordres et veulent être libres et flexibles dans leurs heures de travail. En deuxième position la motivation de vouloir plus d'indépendance expliquée par la volonté d'émancipation et d'autonomie financière et le fait de diriger sa carrière comme bon lui semble, en troisième position la motivation de créer de l'emploi cela revient à la conscience de la femme entrepreneurs pour participer au développement économique avec sa propre valeur ajoutée dans la société et offrir des emplois, en quatrième position la motivation de relever les défis est moins importante que les autres défis et cela peut s'expliquer par le caractère raisonnable de la femme qui cherche souvent la

sécurité, en cinquième position exécutive « choisir son lieu de travail, ses collègues ; valorisation sociale et autre ». Ces besoins viennent en second lieu pour les femmes entrepreneurs, la motivation de valorisation sociale qui avec un taux minimum de répondantes, peut s'expliquer par l'habitude de ces femmes par les obstacles socioculturelles et donc développent une immunité et une prise de confiance en soi pour ne pas s'attarder sur ce que lui donne la société comme valeur mais ce qu'elles se donnent comme valeur. Et la motivation de choisir son lieu de travail, et ces collègues restent aussi avec un faible taux de choix et cela revient aux peu d'importance donnée au lieu de travail, tant que c'est un endroit acceptable et respectable, ensuite pour le choix des collègues cela importe peu tant qu'ils travaillent correctement. Aussi d'autres motivations telles que la prise de revanche par la réussite entrepreneuriale qui ressemble à la motivation de la valorisation sociale. Enfin une absence d'exemple à suivre d'entrepreneurs dans la famille, ou être motivé par l'entrepreneuriat afin d'échapper aux grandes entreprises vu qu'elles ne sont pas spécialement à fuir comme les entreprises pétrolières et gazières de Hassi Rmel considérées comme de bons plans de carrière aussi la nature de certaines activités artisanales qui n'ont pas leur place dans les grandes entreprises.

Q14. Quels sont les obstacles que vous rencontrez en tant qu'entreprise ?

Figure (21) : représentation des obstacles que rencontrent les répondantes



Source : établi par nos propres soins

De la figure ci-dessus, nous constatons que 55% des femmes entrepreneurs rencontrent des obstacles due au comportement de la société (barrières socioculturelles), 30% des

répondantes qui rencontrent d'autres obstacles que celles mentionnées dans le questionnaire, 20% des répondantes rencontrent des obstacles liés à la famille, et enfin 15% des répondantes rencontrent des obstacles d'accès aux services d'appui aux entreprises selon le genre. Nous pouvons dire que les barrières socioculturelles posent un réel problème dans les transactions quotidienne de l'entreprise (relation avec les fournisseurs ou les clients ou avec les administrations), ensuite « d'autres » obstacles comme précisés par certaines répondantes tel que l'obstacle du travail qui peut faire référence à la qualité du travail « mentalité de bâclage et du provisoire qui dure », l'obstacle de la bureaucratie, de la corruption et du piston, ainsi que le défaut de moyens. En troisième position l'obstacle familiale, et cela prouve que ce dernier a été moins choisi par les répondantes ce qui nous laisse penser que la société se modernise vis-à-vis du rôle de la femme dans la société et trouve un soutien familiale. En dernier l'obstacle d'accès aux services d'appuis des entreprises selon le genre (homme/femme) qui reste surmontable d'après le faible taux de ces choix.

Q15. Vous sentez vous désavantagée en tant que femmes entrepreneur par rapport aux hommes entrepreneurs ?

Tableau (16) : Désavantagée en tant que femme entrepreneur

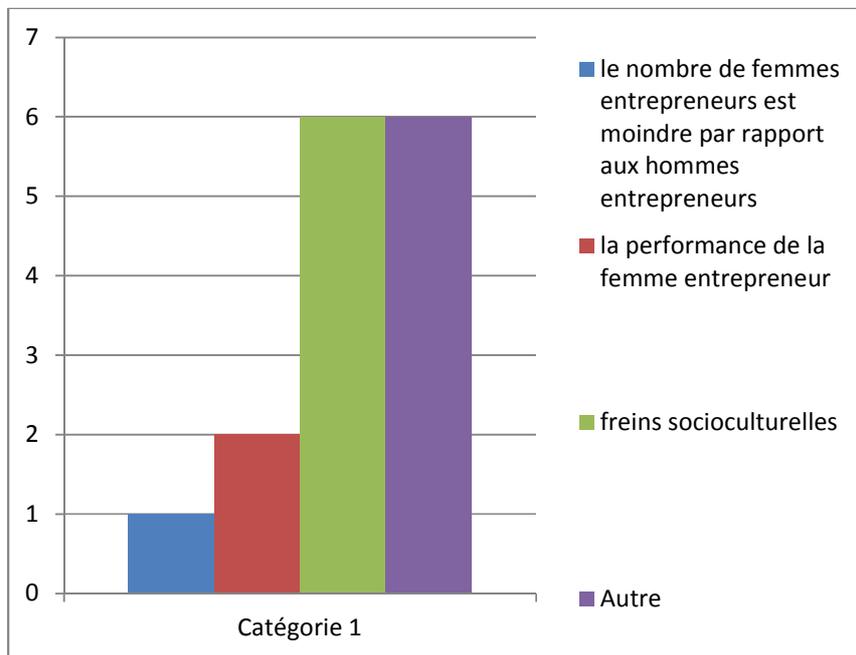
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	7	35,0	35,0
	Non	13	65,0	100,0
	Total	20	100,0	

Source : établi par nos propres soins

Les données issues du tableau ci-dessus montrent que 65% des répondantes ne se sentent pas désavantagées en tant que femmes entrepreneurs, contre 35% des répondantes qui elles se sentent désavantagées en tant que femmes entrepreneurs, nous pouvons alors dire que la majorité des répondantes ne rencontrent pas forcément des obstacles liée au genre et cela peut être en relation avec le secteur d'activité qui est majoritairement celui de l'artisanat et qui comporte une catégorie importante d'artisan. Ainsi les répondantes minoritaire qui se sentent désavantagé en tant que femmes entrepreneur, indique qu'elles appartenant à un secteur d'activité à majorité masculine, les barrières socioculturelles, le jeune âge des entreprises féminines qui n'ont encore tissé leur réseau, ou des obstacles administratives ou d'accès aux services d'appui aux entreprises.

Q16. Si oui, pensez vous que cela revient a ?

Figure (22) : représentation des avis des répondantes



Source : établi par nos propres soins.

De la figure ci-dessus, nous remarquons que 6 femmes entrepreneurs sur 7 qui se sentent désavantagées par rapport aux hommes entrepreneurs rencontrent des freins socioculturels, ainsi que 6 femmes entrepreneurs sur 7 qui se sentent désavantagées par rapport aux hommes entrepreneurs rencontrent d'autres, suivi de 2 femmes entrepreneurs sur 7 se sentent désavantagées par rapport aux hommes entrepreneurs à cause de la performance de la femme entrepreneur. Enfin, une femme entrepreneur sur 7 se sent désavantagée par rapport aux hommes entrepreneurs à cause du nombre de femmes minoritaire des femmes entrepreneurs par rapport aux hommes entrepreneurs.

Nous pouvons dire que les freins socioculturels ont pour origine la nature de la société (wilaya de Laghouat) qui reste très traditionaliste et conservatrice, ensuite le désavantage par rapport au frein de la performance de la femme entrepreneur peut être une idée reçue de la société qui considère que la femme réfléchit avec subjectivité et émotion pour faire un travail correcte. Enfin la minorité des femmes entrepreneurs peut être considérée comme un frein parce que cette catégorie n'est pas développée et de ce fait n'a pas acquis d'impact ou de pouvoir sur le marché, même en s'organisant et se solidarissant entre elles (associations féminines), elles peuvent être discriminées.

Q17.Pourriez-vous nous citer les défis que vous rencontrez tant que femmes entrepreneur ?

Sur les 20 femmes entrepreneurs de notre échantillon nous n'avons eu que 15 répondantes:

- Etre une femme dans une société masculine ;
- La société sous estime le travail de la femme encore, donc il faut faire un double travail ;
- Le regard de la société (l'écart par rapport aux hommes) ;
- Etre mise à l'écart par rapport aux autres ;
- La société souvent favorise l'homme ;
- Etant la première femme dans mon domaine qui se trouve face à face dans un milieu qui était réservé aux hommes, il se trouve qu'ils n'ont pas encore acceptés ;
- Discrimination ;
 - Développer ma capacité de reproduire plus ;
 - Absence d'un locale ;
 - Difficulté de s'occuper seule de toute la logistique (achat, approvisionnement de la matière première et collecte du produit artisanal fini) ;
 - Peur de faire un choix ;
 - Manque de respect pour les rendez vous, et manque d'appréciation des femmes créatrices ;
 - Non acceptation des femmes créatrices ;
 - Pas de valorisation sociale ;
 - Les contraintes socio professionnelles ;
 - Déplacement dans des endroits isolés.

Les informations issues des réponses ci-dessus, montrent qu'il y a sept réponses qui regroupent le sens de la discrimination par genre, Quatre autres réponses ont déclaré « manquer de mains d'œuvre », ensuite Trois répondants déclarent souffrir d'un manque de moyens, Cinq autres réponses sur les défis socio culturelle, Deux réponses sur le défi de la concurrence déloyale, et enfin une réponse sur la corruption.

Nous pouvons dire que la différenciation entre hommes et femmes entrepreneurs par la société, les barrières socioculturelles, la corruption et la concurrence

déloyale sont tous issues des différent maux qui font régresser notre société et notre l'économie, cela peu s'expliqué par un manque d'équité et d'égalité pour la discrimination par genre, aussi un manque de contrôle et de rigueur pour la corruption ainsi qu'un manque de transparence pour la concurrence déloyale, et enfin des soucis techniques comme le manque de moyen (production, local, logistique) due peut être à des problèmes d'investissement pour la augmenter la production et le manque de main d'œuvre qui lui dépend du secteur d'activité et le manque d'incitatifs.

Q18. Avez-vous entendue parler d'association de femmes entrepreneurs en Algérie ?

Tableau (17) : représentation des répondantes qui connaissent des associations de femmes entrepreneurs en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	13	65,0	65,0
	Non	7	35,0	100,0
	Total	20	100,0	

Source : établie par nos propres soins

Les données issues du tableau ci-dessus montrent que 65% des répondantes ont déjà entendues parler d'association de femmes entrepreneurs, contre 35% d'entre elles qui n'ont jamais entendu parler d'association de femmes entrepreneurs. Nous pouvons alors dire que pour les répondantes qui n'on pas entendu parler de ces associations cela peu revenir aux associations qui ne se font pas beaucoup médiatisées et donc leurs visibilité est limité soit c'est du bouche à oreille soit elles se font remarqués par des activités et des réalisations sur le terrain.

Q19.Si oui, pensez vous qu'elles peuvent jouer un rôle intéressant pour le développement de votre entreprise ?

Tableau (18) : représentation des répondantes optimiste du rôle des associations de femmes entrepreneurs en Algérie

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	10	50,0	76,9	76,9
	Non	3	15,0	23,1	100,0
	Total	13	65,0	100,0	

Manquant	Système	7	35,0		
Total		20	100,0		

Source : établie par nos propres soins

Les données issues du tableau ci-dessus montrent que 76,9% des répondantes qui ont entendus parler d'associations féminines et croient en l'efficacité de ces dernières, contre 23,1% d'entre elles qui ne croient pas au rôle efficace des associations de femmes entrepreneurs à développer leurs entreprises. Nous pouvons alors dire que pour les répondantes qui croient en la possibilité que ces associations puissent développer leurs entreprises sont des membres futurs potentiels et cela ne peut qu'encourager les actions de ces associations à partir de la culture positive de la société envers elles.

Q20. Êtes-vous membre d'un réseau ?

Tableau (19) : représentation des répondantes membre d'un réseau

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	5	25,0	25,0
	Non	15	75,0	100,0
	Total	20	100,0	

Source : établie par nos propres soins

Nous constatons que 75% des femmes entrepreneurs n'était pas membre d'un réseau, et seulement 25% des répondantes était membres d'un réseau. Nous pouvons dire que ces femmes entrepreneurs en majorité d'entre elles ne sont pas organisées en groupe avec des relations d'entraide, et de ce fait leurs actions ne seront pas aussi efficaces et le développement de l'entrepreneuriat féminin ne se fait pas au rythme qu'il devrait être.

Q21. Si oui, comment cela vous aide dans votre statu de femme entrepreneurs ?

Nous avons constaté les réponses suivantes :

- Pour les formations
- Intérêt d'échange entre collègues femmes
- Publicité
- Avoir le soutien morale
- Partager des recettes de cuisine sur ma page facebook

Nous pouvons dire que ces 5 femmes entrepreneurs membre d'un réseau trouvent différents intérêts à leur adhésion : économique : tel que les opportunités de formation organisée par des structures spécialisés à leur demandes, l'entraide entre collègues (information sur le marché), ainsi que la publicité (être recommandé par une collègue et attirer ses clients), avoir un soutien morale et se sentir soutenue par sa communauté, et enfin se sentir utile pour la société en partageant son savoir faire et ses expériences entrepreneuriales.

Q22.Si non, trouvez vous que l'appartenance a un réseau professionnel vous aidera t il à mieux vous développer en tant que femme entrepreneur ?

Tableau (20) : représentation des répondantes optimistes au rôle d'un réseau

Non membre d'un réseau qui croit a l'aide efficace de ces associations

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	11	55,0	73,3	73,3
	Non	4	20,0	26,7	100,0
	Total	15	75,0	100,0	
Manquant	Système	5	25,0		
Total		20	100,0		

Source : établie par nos propres soins

Nous constatons qu'il y a 80% de réponses « oui », c'est-à-dire ces femmes sont ouverte à l'idée qu'une association peut apporter un plus dans leurs activités.

Q23. Que pensez-vous de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?

A cette Question nous avons constaté que 15 femmes entrepreneurs ont répondu. Parmi ces dernières 9 étaient optimiste quand a l'évolution de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, et 6 autres réponse avait émis quelques critiques a propos de la place de la femme dans notre société ou dans des domaine destinés aux hommes, sa crédibilité, sa marginalisation et son exclusion de certaines activités sans raisons crédibles, le fait que ce phénomène reste une minorité, et le climat des affaires difficile au Sahara était les réponses reçues par ces 6 femmes entrepreneurs.

2-7-6- Synthèse des résultats de l'enquête par questionnaire

L'enquête par questionnaire nous montre que les réponses les plus répétées sont les suivantes :

Les femmes entrepreneurs de la wilaya de Laghouat sont généralement âgées entre 30-39 ans, mariées avec un niveau universitaire, majoritairement issue du secteur d'artisanat, le plus souvent avec moins de 10 ans pour l'existence de l'entreprise. Ces femmes entrepreneurs définissent l'entrepreneuriat souvent comme une création d'activité, leurs situations étaient avant la création d'entreprise en majorité sans emploi et se sont lancées dans un projet entrepreneurial avec une initiative personnelle et un apport financier de départ personnel. Ces femmes entrepreneurs sont souvent motivées par le fait d'être leurs patrons et sont freinées par des barrières socioculturelles et de discrimination sexuelle, et l'espoir de ces femmes que des associations d'entrepreneuriat féminin peuvent jouer un rôle pour développer leur entreprise et promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Conclusion

L'entrepreneuriat féminin représente un nouveau phénomène dans la wilaya de Laghouat qui ne cesse de s'étendre grâce aux efforts des dispositifs publics qui semblent sensibilisés et veulent déployer des efforts réels pour promouvoir la création d'entreprises parmi les femmes, cependant les initiatives mises en place pour augmenter le nombre de femmes entrepreneures sont encore très réduites.

Aussi le rôle des associations féminines qui semblent fragilisées n'arrivant pas à assurer des services de base de manière continue, et enfin les motivations des femmes entrepreneures qui semblent évoluées d'un désir d'émancipation jugée déjà acquise vers une ambition d'être son propre patron, mais la faible participation de ces femmes dans une dynamique entrepreneuriale est dû essentiellement à des contraintes socioculturelles.

Conclusion Générale

Conclusion général

L'entrepreneuriat féminin est un processus indispensable dans l'évolution du système économique qui permet de créer des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restructuration du tissu économique. Le développement de ce phénomène se fait par l'identification des déterminants du succès entrepreneurial et des obstacles afin de les réduire.

Promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Algérie passe par les actions des partenaires socioéconomiques sur le terrain (associations féminines et dispositifs d'aide à la création d'entreprise) afin de stimuler la confiance en soi des femmes désirant créer leurs entreprises (épanouissement de personnalité et émancipation.). Tout ceci, allié à des mesures œuvrant en faveur d'un environnement plus favorable à ces femmes.

En effet, l'objectif de notre travail est d'essayer de comprendre les caractéristiques de l'entrepreneuriat et son processus, afin de comprendre la spécificité de l'entrepreneuriat féminin, plus précisément dans le contexte Algérien, ensuite d'analyser la perception des organismes socioculturels, les apports des dispositifs d'aide à la création d'entreprise et les caractéristiques d'un groupe cible qui est les femmes entrepreneurs de la wilaya de Laghouat.

Afin de répondre aux préoccupations soulevées par la problématique de recherche qui est «**Quels sont les déterminants et Obstacles de l'entrepreneuriat féminin : cas de la wilaya de Laghouat**», nous avons organisé un entretien et développé des questionnaires afin de collecter des données sur les parties prenantes à savoir une association féminine, les structures d'aide à la création d'entreprise et les femmes entrepreneurs de la wilaya de Laghouat. Comprendre leurs motivations et obstacles pour les femmes entrepreneurs, leurs efficacités pour les structures d'aide à la création d'entreprise et enfin le rôle des associations féminines dans le développement de l'économie locale et de l'entrepreneuriat féminin en particulier.

De par nos résultats de recherches théoriques et empiriques, nous constatons que de plus en plus de femmes choisissent l'activité entrepreneuriale ces 10 dernières années grâce à un niveau d'éducation élevée, des échos sur ce nouveau phénomène économique appuyés par des campagnes de sensibilisations et d'informations par des associations féminines et des dispositifs d'aide à la création d'entreprise avec comme première motivation d'être son propre patron malgré plusieurs freins socioculturels voire religieux pour tout ce qui est financement

bancaire. Ainsi, concernant la première hypothèse nous pouvons infirmer que la première motivation qui incite à l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat est celle d'avoir plus d'indépendance.

Concernant, la deuxième hypothèse nous pouvons confirmer que les barrières socioculturel sont le frein le plus rencontré par les femmes entrepreneurs dans la wilaya de Laghouat, et elle traduit une contrainte très réponde dans notre société Algérienne en général, et dans les régions du sud (milieu rural surtout) et en particulier dans la wilaya de Laghouat.

L'accent que nous avons pu mettre à l'issue de ce travail est d'approcher l'intérêt pour le développement de l'entrepreneuriat féminin au sud de l'Algérie qui avec sa spécificité explore le milieu rurale et Saharien. Tout travail humain ne peut être parfait, le notre ne fait pas l'exception, sur le plan théorique un manque de support et de travaux de recherche sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, aussi un manque d'analyse approfondie sur les bénéficiaires des structures d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI), Absence de données sur la structure d'aide à l'investissement ANDI, enfin l'entretien avec une seule association féminine.

La perspective de recherche engagée ces dernières années a consolidé les acquis sur les facteurs qui influent sur l'entrepreneuriat féminin, Avec plusieurs recherches menées sur l'analyse de l'entrepreneuriat féminin. Le phénomène entrepreneurial représente désormais un processus d'apprentissage dynamique et évolutif dans le temps, cumulateur et générateur de compétences individuelles et collectives.

Nous pouvons recommander quelques perspectives de recherches tel que :

- L'entrepreneuriat féminin en Algérie : une comparaison entre les régions du nord et les régions du sud.
- L'entrepreneuriat féminin : une comparaison entre l'entrepreneur artisan et l'entrepreneur opportuniste.

Liste bibliographique

Ouvrage

-CHAMBARD Olivia, Les discours sur l'enseignement supérieur et la recherche –la promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création Lexical, Mots. Les langages du politique, 2013, article N° 102 du journal « open édition »

-FAYOLLE Allain, Introduction à l'entrepreneuriat, Paris : édition DUNOD, 2005.

-GALLEGO-ROQUELAURE Virginie, Les grands auteurs en entrepreneuriat, Paul Reynolds Activité entrepreneuriale et croissance, collection les grands auteurs, 2015, Paris : éditions EMS-HERNANDEZ Emile-Michel, le processus entrepreneurial vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat, L'Harmattan, Paris, 1999.

-GHIAT Boufeldja, Culture de travail et entrepreneuriat en Algérie, Edition Publibook, Paris, 2015

-JANSSEN Frank, Entreprendre :une introduction à l'entrepreneuriat,2éme édition, Paris, édition de boeck supérieur, 2016 .

-SCHMITT Christophe et TORRES Olivier, les grands auteurs en entrepreneuriat et PME, Pierre-André Julien De la spécificité des PME à la complexité de l'entrepreneuriat, Paris : édition EMS, 2015.

-VERSTRAETE Thierry, Histoire d'entreprendre les réalités de l'entrepreneuriat : typologies d'entrepreneurs Est-ce vraiment utile?, Paris : édition EMS Management & société, 2000

Revues

-Attar Abdelhafid, L'informel...l'autre face de l'entrepreneuriat féminin en Algérie (Cas du travail à domicile), Revue du Lareiid, N°04 ; JUIN 2017.

-ATTAR Abdelhafid et BOUABDALLAH Wassila, l'informel...l'autre face de l'entrepreneuriat féminin en Algérie (cas du travail à domicile), Article d'Algerian Scientific Journal Platform (ASJP), Revu d'étude sur les institutions et le développement,Volume 4, Numéro 1, 2006.

-BOUZEKRAOUI Hind et FERHANE Driss, LES FACTEURS ENCLENCHEURS DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ CHEZ LES ETUDIANTES UNIVERSITAIRES : IBIMA publishing, 2017.

- CARRIER Camille , Julien Pierre-André et MENVILLE William, Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années.
- CHALAL Ferroudja, L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Entre les exigences du changement social et les stéréotypes du genre, 2017.
- CHALAL Ferroudja, L'entrepreneuriat féminin en Algérie, Entre les exigences du changement social et les stéréotypes du genre, Algerian scientific journal platform, volume 6, Article N°10, 2017.
- CHECA medina, Promotion et développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et au Maroc, Organisation internationale du travail, 2016
- D'ANDRIA Aude, Un éclairage sur le processus entrepreneurial des Mampreneurs.Etude exploratoire de leur dynamique effectuale, Revue de l'entrepreneuriat,N°1, Vol 13, 2014
- FILION Louis Jacques, Le champ de l'entrepreneuriat: historique, Revue internationale P.M.E, 1997, Volume 10, N°2,
- HIMRANE Mohamed et Hocine HASSANI, Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, Revue Algérienne de développement économique, 2017, N°6.
- LEBEGUE Typhaine & PATUREL Robert, De l'intention à la création d'entreprise chez les femmes Les transformations sur l'image de soi et les conséquences sur le temps du projet, p :5
- Moussa T, égalité homme-femme : L'Algérie perd une place dans le classement mondial (rapport détaillé),article d'AMESL@Y, 2018.
- Moussa T, égalité homme-femme :l'Algérie perd une place dans le classement mondial (rapport détaillé), revue Ameslay, 2018.
- OMRANE Amina, FAYOLLE Alain et ZERIBI-BENSLIMANE Olfa, Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique, Revue des sciences de gestion, 2011, N° 251.
- Rachdi (F), l'entrepreneuriat féminin au Maroc : une étude exploratoire, l'internalisation des pme et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales, Suisse, 2006
- SLAMANI Radia, MECHTOUR Radia et REMINI Amine, Développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : identification des facteurs de motivation, article, p

- Nourhane S, 8 Mars/136.204 femmes d'affaires recensées en Algérie, article de l'Algérie focus, 2016
- VERSTRAETE Thierry et FAYOLLE Alain, Paradigme et entrepreneuriat, Revue de l'entrepreneuriat, 2005, vol 4, N° 1, pp : 34-44.

Site internet

- http://www.academia.edu/731717/Les_Principaux_Déterminants_De_L'Entrepreneuriat_Féminin_En_Iran, Robert Paturel Université du Sud Toulon-Var, France et Zahra Arasti Université de GolpayeganTéhéran, Iran consulté le 14 mars 2019, actualisé le 20/06/2019.
- <http://www.andi.dz/index.php/fr/declaration-d-investissement>, consulté le 14 mai 2019, actualisé le 20/06/2019.
- www.andi.dz/pdf/monografie/Laghout.pdf. Consulté le 19/05/2019, actualisé le 20/06/2019.
- <http://www.angem.dz/article/prets-octroyes/>, consulté le 10/04/2019, actualisé le 20/06/2019.
- <http://ansej.dz/index.php/fr/nos-statistiques>, consulté le 14/05/2019, actualisé le 20/06/2019.
- <http://www.amedz.com/nosobjectifs.aspx>, consulté le 10/04/2019, actualisé le 20/06/2019.
- www.aps.dz/economie/85998-l-age-des-beneficiaires-des-facilitations-du-dispositif-de-la-cnac-prolonge-a-55ans, consulté le 14 mai 2019, actualisé le 20/06/2019.
- <http://www.banquemondiale.org/fr/country/algeria> consulté le 14 mars 2019, actualisé le 20/06/2019.
- http://www.cnac.dz/site_cnac_new/web%20pages/Fr/FR_PresentationCNAC.aspx, consulté le 14 mai 2019, actualisé le 20/06/2019.
- <https://www.commerce.gov.dz> consulté le 14 mars 2019, actualisé le 20/06/2019.
- <https://www.euromedwomen.foundation/pg/fr/profile/samirahadjilani>, consulté le 10/04/2019, actualisé le 20/06/2019.
- http://www.google.com/amp/s/www.population_data.net, Consulté le 19/05/2019, actualisé le 20/06/2019.
- <https://www.guidantfinancier.com/small-business-trends/women-in-business/> consulté le 14 mars 2019, actualisé le 20/06/2019.
- <http://www.sevedz.com/presentation>, consulté le 10/04/2019, actualisé le 20/06/2019.
- www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20171031/12475, consulté le 10/04/2019, actualisé le 20/06/2019.

Documents

-AFEM, Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb, ETUDE N°23 /Septembre 2010

-International journal of innovation and applied studies ISSN 2028-9324, vol.6 N°.3 july 2014.p:679

-International journal of innovation and applied studies ISSN 2028-9324, vol.6 N°.3 july 2014.p:678.

Colloques

-BOUFELDJA Ghat, Les femmes entrepreneurs en Algérie :contraintes culturelles et désir d'émancipation, 7^{ème} journée Georges DOROT :Entrepreneuriat et société, Montréal,UQAM « cœur des sciences », 16 et 17 mai 2018,p :3

Thèses

BOURGUIBA Malek, De l'intention a l'action entrepreneuriale : approche comparative auprès de TPE Françaises et Tunisiennes, thèse de Doctorat,2007, p :37.

-Catherine Nicole biloa Fouda, dynamisme des femmes camerounaises : étude de cas de développement d'entreprises, Thèse de doctorat, université de bordeaux, 2014, P : 35.

-HIMRANE Mohamed, Thèse doctorale, L'entrepreneuriat féminin au Maghreb : étude comparative et analytique des déterminants macros entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie,2017, P :19

-NASROUN Nacéra, thèse de magister: Dynamique entrepreneuriale et déterminants de la création des PME dans la wilaya de Bejaia,2011, p :74

Annexes

Guide d'entretien (Annexe 1)

Axe1 : Information sur l'association

Q1. Présentation de l'association

Q2. Mission de l'association

Q3. Quelles sont vos statistiques et vos réalisations? Évaluez vos actions de sensibilisation ?

Axe 2 : Perspectives de l'association sur l'entrepreneuriat féminin.

Q4. Quel est la place de la femme en Algérie ?

Q5. Que pensez-vous de l'entrepreneuriat en Algérie, quels sont ses enjeux pour la croissance économique ?

Q6. Pourquoi votre association s'intéresse à l'entrepreneuriat féminin ?

Q7. Par rapport à l'homme, qu'est ce qui caractérise la femme entrepreneur ?

Q8. Quel sont les enjeux pour l'entrepreneuriat féminin ?

Axe 3 : L'identification et les observations de l'association.

Q10. Quelles sont les raisons pour que la femme s'intéresse à l'entrepreneuriat (les motivations) ?

Q11. Quels sont les freins que rencontre la femme qui s'intéresse à l'entrepreneuriat ?

Le questionnaire mené avec les organismes d'aide à la création d'entreprise
(Annexe 2)

Axe 1 : informations personnelles sur les femmes bénéficiaires de ces dispositifs

Q1. Combien de femmes ont bénéficiées de votre dispositif par rapport aux hommes en 2018 ?

Q2. Quel âge ont les femmes bénéficiaires de ces dispositifs ?

Q3. Quel est le niveau d'instruction des bénéficiaires ?

Q4. Quel est l'état civil des bénéficiaires ?

Axe 2 : L'activité et le secteur d'activité :

Q5. Quelle était l'activité exercée avant le démarrage ou la création de l'entreprise ?

Q6 : Quel est le statut juridique des bénéficiaires ?

Q7. Quel est le secteur d'activité ou exerce les bénéficiaires ?

Axe 3 : les freins que rencontrent les femmes entrepreneurs bénéficiaires du dispositif :

Q8. Quel est l'obstacle le plus important que rencontrent les femmes voulant créer leurs propres entreprises face aux campagnes de sensibilisation que mène votre organisme ?

**Le questionnaire mené avec des femmes entrepreneurs de la wilaya de
Laghouat (Annexe 3)**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin d'étude sanctionnées par un diplôme de Master en management à l'université de Béjaia, portant sur la thématique de l'entrepreneuriat féminin et la création d'entreprise, nous nous permettons de vous soumettre ce Questionnaire en relation directe avec notre travail de terrain. Nous tenons à préciser que vos réponses resteront anonymes et ne seront utilisées que pour des fins scientifiques. Merci pour votre collaboration.

Axe (1) : informations personnelles

1. Quel âge avez-vous ?

- Moins de 20 ans
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- Plus de 60 ans

2. Quel est votre état civil :

- Célibataire
- Mariée
- Veuve
- Divorcée

3. Quel niveau d'éducation avez-vous atteint ?

- Aucun**
- Primaire**
- Moyen**
- Secondaire**
- Universitaire**

Axe (2): L'activité et le secteur d'activité

4. Quel est le secteur d'activité auquel votre entreprise appartient ?

- Industrie**
- BTP**
- Service (commerce)**
- Artisanat**
- Agriculture**
- Autre**

5. Votre activité est-elle traditionnelle pour les femmes de votre de votre région

- Oui**
- Non**

6. Quel est la taille de votre entreprise ?

- Micro entreprise (1 a 9 employés)**
- Petite entreprise (10 a 49 employés)**
- Moyenne entreprise (50 a 250 employés)**

7. Depuis combien de temps votre entreprise existe-t-elle ?

.....
.....

Axe (3):L'entrepreneuriat et la création d'entreprise

8. A votre avis, « l'entrepreneuriat » signifie :

- Prise de risque**
- Création d'activité nouvelle**
- Reprise d'activité**
- Innover**
- Contrôle de son destin**
- Saisir les opportunités**

Autre :.....
.....
.....

9. Quel était votre situation avant de créer votre entreprise ?

- Sans emploi**
- Salarié**
- Autre (précisez)**

10. L'idée de créer votre propre entreprise est venue :

- Après l'obtention d'un diplôme**
- Lors d'une formation**
- Lors d'une expérience professionnelle**
- A la fin de votre carrière**
- Autre**

11. L'origine de l'idée de votre projet est elle liée à :

- une propre initiative**
- au Media**
- à la famille**
- aux organismes d'aide à la création d'entreprise**
- Autre**

12. la source du capital financier de départ de votre entreprise est un :

- Apport personnel**
- Apport familiale**
- Crédit bancaire**
- Dispositifs d'aide au financement (ex : ANSEIJ, ANGEM ...)**

13. Ce qui vous a incité a vous lancer dans un projet entrepreneurial est (vous pouvez choisir plusieurs réponses) :

- Etre son propre patron**
- Choisir son lieu de travail, ces collaborateurs**
- Echapper aux grandes entreprises**

- o Plus d'indépendance**
- o Valorisation sociale**
- o Relever des défis**
- o Créer de l'emploi**
- o Avoir des parents et/ou des grands parents entrepreneurs**
- o Autre**

14. Quels sont les obstacles que vous rencontrez en tant qu'entreprise

- o Famille (enfants, conjoints,...)**
- o Accès aux services d'appui aux entreprises selon le genre (Hommes/femmes)**
- o Comportement de la société (Barrières socioculturelles)**
- o Autre**

15. Vous sentez vous désavantagée en tant que femme entrepreneur par rapport aux hommes entrepreneurs ?

- o Oui**
- o Non**

16. Si oui pensez-vous que cela revient a :

- o Le nombre de femmes entrepreneurs est moindre par rapport aux hommes entrepreneurs**
- o La performance de la femme entrepreneur**
- o Freins socioculturelles**
- o Autres**

17. Pourriez-vous nous citer les défis que vous rencontrez en tant que femmes

entrepreneur ?

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

18. Avez-vous entendue parler d'association des femmes entrepreneurs en Algérie ?

Oui

Non

19. Si oui, pensez-vous qu'elles peuvent jouer un rôle intéressant pour le développement

de votre entreprise

Oui

Non

20. Etes-vous membre d'un réseau ?

Oui

Non

21. Si oui, comment cela vous aide dans votre statut de femme entrepreneur ?

.....

22.Si non, trouvez vous que l'appartenance à un réseau professionnel vous aidera t il à mieux entant que femme entrepreneur ?

Oui

non

23.Que pensez-vous de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ?

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

Table des matières

Remerciements.....	I
Dédicace.....	II
Liste des abréviations.....	III
Liste des figures.....	IV
Liste des tableaux.....	V
Sommaire.....	VI
Introduction général.....	01
Chapitre I : L’entrepreneuriat :Concept et généralités.....	05
Introduction.....	06
Section1 :l’entrepreneuriat et ses différentes dimensions.....	07
1-1 L’entrepreneuriat.....	07
1-1-1-L’évolution historique de l’entrepreneuriat	07
1-1-2- Définition de l’entrepreneuriat	09
A. Le paradigme de l’opportunité d’affaires	09
B. Le paradigme de la création d’une organisation	09
C. Le paradigme de la création de valeur	09
D. Le paradigme de l’innovation	09
1-1-3- Les apports de l’entrepreneuriat.....	10
A.La création d’entreprise.....	10
B. L’innovation	10
C. La création d’emplois.....	11
D. L’esprit d’entreprendre.....	11
E. Les mutations structurelles, politiques, économiques et sociales	11
1-2 L’entrepreneur	11
1-2-1- Les origines du concept de l’entrepreneur.....	11
A. Les économistes.....	11
B.Les behavioristes.....	12
C.L'école des traits de caractère.....	13
1-2-2-Définition de l’entrepreneur.....	14

1-2-3 Motivations des entrepreneurs.....	15
1-2-4-Typologie de l'entrepreneur.....	17
1-2-5-Les caractéristiques de l'entrepreneur	20
A.Caractéristiques démographiques	20
B.Caractéristiques psychologiques	20
a.Le besoin d'accomplissement	20
b.La prise de risques	20
c.L'esprit inventif	20
d.L'autonomie	21
e.Contrôle de son destin	21
f.La confiance en soi	21
1-2-6- La prédiction du comportement entrepreneurial ou l'intention entrepreneuriale	21
A-Le modèle SHAPERO	22
a. La discontinuité ou déplacement, variable de situation	22
b. La crédibilité de l'acte, variable sociologique	22
c. La faisabilité de l'acte, variable économique	22
B-Le modèle d'AJZEN.....	23
Section 2 : Les formes de l'entrepreneuriat et sa démarche.....	24
2-1 Les formes de l'entrepreneuriat	25
2-1-1- La création d'entreprise	25
2-1-2- La reprise d'entreprise	25
2-1-3- La franchise	25
2-1-4- L'essaimage	25
2-1-5- L'intrapreneuriat.....	25
2-1-6- L'extrapreneuriat.....	26
2-1-7- L'entrepreneuriat solidaire et social.....	26
2-1-8- La techno-entrepreneuriat	26
2-1-9- l'entrepreneuriat familial	26
2-2 Le processus entrepreneurial.....	26
Conclusion.....	29
Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : évolution et	

caractéristiques.....	31
Introduction.....	32
Section 1 : généralité sur l’entrepreneuriat féminin.....	32
1-1 L’approche du genre	33
1-1-1-A la recherche du genre	33
1-1-2-Le genre en entrepreneuriat	34
1-1-3- L’image de soi	35
1-2 Définition de l’entrepreneuriat féminin.....	36
1-3 Différence entre les hommes et les femmes entrepreneurs.....	37
1-3-1-La taille de l’entreprise.....	37
1-3-2-Le relationnel	37
1-3-3- Le rôle de la famille	37
1-3-4- La croissance de l’entreprise	38
1-3-5- La performance	38
1-4 Facteurs déterminants de l’entrepreneuriat féminin.....	38
1-4-1- La formation	39
1-4-2- L’accès au Financement	39
1-4-3- Le soutien de la famille	39
1-4-4- Les réseaux de contact (Le réseautage)	39
1-5 Les motivations des femmes entrepreneurs.....	40
1-6 Les obstacles de l’entrepreneuriat féminin.....	41
Section 2 : L’entrepreneuriat féminin en Algérie	41
2-1 L’activité entrepreneuriale en Algérie.....	42
2-1-1-La première période 1962-1982.....	43
2-1-2- La deuxième période : 1982 à nos jours	44
2-2 Evolution de l’emploi féminin en Algérie.....	46
2-3 Facteurs explicatifs de la progression féminine en matière d’emploi en Algérie.....	49
2-3-1-Facteur démographique.....	49
2-3-2-Mutations économiques et socioculturelles.....	49
2-3-3-L’âge tardif du mariage.....	49

2-3-4-La généralisation de l'enseignement obligatoire.....	49
2-3-5-Le développement technologique et l'expansion du secteur tertiaire.....	49
2-3-6-La contribution de l'état.....	49
2-4 Le profil des femmes entrepreneures en Algérie.....	50
2-5 Les motivations des femmes Algériennes vers l'entrepreneuriat	54
2-5-1-Nécessité économique	54
2-5-2- Désir d'auto-accomplissement	54
2-5-3 Désir d'autonomie et d'émancipation	55
2-5-4-Désir du pouvoir et de la reconnaissance sociale	55
2-5-5-Mécontentement envers les restrictions culturelles	55
2-6 Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	55
2-6-1-climat des affaires.....	55
2-6-2-Les barrières socioculturelles.....	56
2-6-3-Préjugés et poids des stéréotypes.....	56
2-6-4-Les charges domestiques et responsabilités familiales.....	56
2-7 Les parties prenantes de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	57
2-7-1-Diapositifs d'aide à la création d'entreprise	57
A-L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ).....	57
B-L'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI).....	58
C-Caisse national d'assurance chômage (CNAC)	58
D-L'agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM)	58
2-7-2-Association des femmes entrepreneures	58
A-L'association des femmes Algériennes chef d'entreprises SEVE	59
B-L'association des Algériennes managers et chefs d'entreprises (AME)	59
C-Réseau Algérien des femmes d'affaires (RAFA)	59
2-8- L'informel dans l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	59
Conclusion	60
Chapitre III : L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de	
Laghouat.....	62
Introduction.....	63
Section 1 : Présentation des caractéristiques de la wilaya de	

Laghouat	64
1-1 Présentation des caractéristiques de la wilaya de Laghouat ...	64
1-1-1-Caractéristiques démographique.....	65
1-1-2-Caractéristiques économiques.....	65
1-1-3-Caractéristiques socioculturelles.....	65
1-2 Les indicateurs de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat.....	65
1-2-1-Entreprises par secteur juridique.....	66
1-2-2- Entreprises par forme juridique.....	66
1-2-3- Les créations des entreprises par secteurs.....	67
1-2-4- Création d'entreprises au cours du premier semestre 2017-2018.....	68
Section 2 :Présentation de la méthodologie de recherche, Présentation et discussion des résultats de l'étude	69
2-1 L'objectif de l'étude.....	69
2-2 Présentation de l'étude.....	69
2-3 Le choix et la taille de l'échantillon.....	70
2-4 Le déroulement de l'entretien avec la présidente de l'association AFAOEM.....	71
2-5 Le déroulement de l'enquête par questionnaire.....	72
2-6 Techniques d'analyse des résultats.....	73
2-7 Présentation et discussion des résultats de l'étude.....	73
2-7-1-Présentation et analyse des résultats de l'entretien.....	73
2-7-2-Synthèse des résultats de l'entretien	78
2-7-3-Présentation et analyse des résultats de l'enquête par questionnaire	79
2-7-4- Synthèse des résultats de l'enquête par questionnaire.....	82
2-7-5-Présentation et analyse des résultats de l'enquête par	

questionnaire ciblant les femmes entrepreneurs de la wilaya de Laghouat	83
2-7-6-Synthèse des résultats de l'enquête par questionnaire.....	100
Conclusion.....	101
Conclusion Générale.....	103
Bibliographie	
Annexes	
Résumé	

Résumé

L'entrepreneuriat est une initiative privée pour chacun afin de jouir des fruits de son propre travail qui génère de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, et ceux, dans le but de mieux répondre aux besoins individuelles et collectifs d'un territoire. En effet la dynamique entrepreneuriale implique une démarche intentionnelle déterminée par certains facteurs (motivations et obstacles) que nous tenterons d'évaluer et de comprendre dans notre contexte (wilaya de Laghouat).en utilisant une méthode mixte (qualitative et quantitative), deux outils d'investigations (l'entretien et le questionnaire) et un échantillonnage probabiliste sur 20 femmes entrepreneures, afin d'analyser l'impact de leurs actions sur le terrain, qui aura comme majeur obstacles les barrières socioculturelles et motivation première qui est d'être son propre patron.

Mots clés: Entrepreneuriat, femmes entrepreneures, dynamique entrepreneuriale

ملخص

المقاولة هي مبادرة خاصة للجميع للاستمتاع بثمار عملهم الذي يولد قيمة في السوق من خلال إنشاء أو تطوير نشاط اقتصادي ، وتلك ، من أجل تلبية الاحتياجات الفردية بشكل أفضل والجماعية في أرض الواقع. تنطوي ديناميكية تنظيم المشاريع على مقارنة مقصودة تحدد عوامل معينة (الدوافع والعوائق) التي سنحاول تقييمها وفهمها في سياقنا (ولاية الأغواط) ، باستخدام طريقة مختلطة (نوعية وكمية) ، أداتان "تحقيقات" (مقابلة واستبيان) وأخذ عينات احتمالية من 20 سيدة أعمال ، من أجل تحليل تأثير أفعالهن على أرض الواقع ، والتي ستكون بمثابة عوائق رئيسية أمام الحواجز الاجتماعية والثقافية والدافع الأول الذي يجب أن يكون مدرب الخاصة.