



Université Abderrahmane Mira Bejaia

Faculté des sciences économiques, commerciales, et des sciences de gestion

Département des sciences de gestion

Mémoire fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences de gestion

Option : Entrepreneuriat

Intitulé du mémoire

Entrepreneuriat féminin : motivations et obstacles : un échantillon de femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia

Réalisé par:

Melle CHACHOU-Myassa

Melle DJOUADI-Kahina

Encadré par :

M^r. BOUAISSAOUI-Samir

M^r. MEKHMOUKH-S: Président

M^r.OUKACI-K : Examineur

Année universitaire : 2021/2022

REMERCIEMENT

On remercie Dieu le tout puissant de nous avoir donné la santé, la volonté et le courage de réaliser le présent mémoire de fin de cycle et de nous avoir permis d'achever ce modeste travail

Nous tenons à exprimer également nos vifs remerciements et notre sincère gratitude et toute notre reconnaissance à:

Notre promoteur M^r BOUAISSAOUI Samir pour nous avoir fait l'honneur de nous encadrer, pour sa disponibilité indéfectible à nos sollicitations et de nous avoir prodiguées de précieux conseils et accompagnées tout au long de cette expérience professionnelle, avec beaucoup de patience et pédagogie qui nos ont été précieuses

M^r BELKHIRI Imad pour son amabilité, sa disponibilité et son aide durant tout notre cursus universitaire

L'ensemble de nos enseignants des cycles primaires, moyen et secondaire de l'enseignement général, pour nous avoir inculqué le savoir.

Mesdames RABATI AIT HAMOU et OUCIF pour leurs précieuses aide et encouragements indéfectibles pour la réalisation de ce modeste travail

A toutes les femmes entrepreneures qui ont favorablement répandues à nos sollicitations en nous accordant de leurs temps pour répondre aux questionnaires qu'on a eu à leur adresser

Nos parents respectifs ainsi que ceux qui ont participé de près ou de loin à mener à bien notre projet

Merci

Dédicasse

Je dédie ce travail

**A mes très chers parents, pour leurs sacrifices,
Leur soutien dans tous ce que j'ai entrepris, et leurs prières qui m'ont
accompagnée tout au long de mes études**

A moi-même

**A mon cher frère Hocine Idir et mes chères sœurs Lydia et Fatima
pour leurs encouragements et leur soutien moral.**

A mes grands-parents ;

**A Mr TAHIR, Directeur du Lycée Abane Ramdane de Melbou, pour
toute l'aide inestimable qu'il a pu apporter pour ma réussite**

A ma meilleure amie Amira

A tous mes proches

A mon binôme Kahina

Myassa

Dédicasse

Je dédie ce travail à

A ALLAH LE TOUT PUISSANT

Oh ! Mon seigneur, Tu m'as fait trébucher pour me permettre de mieux apprécier ta grandeur

Gloire à Toi ! Nous n'avons dû savoir que ce que Tu nous as appris. Certes c'est Toi L'Omniscient, Le Sage. [Sourate 1 versé : 32.]

A mon père Djouadi Ali grâce à toi j'ai pu aller à l'école. En guise de reconnaissance, trouve ici mon amour filial

Ma réussite est la tienne ! Qu'Allah t'accorde longue vie dans la santé

A ma mère djouadi Samia Par les inestimables sacrifices que tu as consentis pour moi, tu as tant souhaité que je parvienne à ce but

Je te serai reconnaissant toute ma vie, qu'Allah t'accorde longue vie dans la santé

A ma petite sœur Chérie : Mlle. Djouadi Yasmine

Ta présence à mes côtés m'a toujours donné l'impression d'être proche de toute la famille.

Sans toi ma vie ne serait que simple

Je voudrais t'exprimer à travers ces quelques lignes tout l'amour et toute l'affection que j'ai pour toi. Je t'aime petite sœur

Ma grande sœur djouadi rima je vous remercie pour tout l'amour que vous me portez depuis mon enfance

A mes deux frères Nassim et Saïd que j'aime plus que personne je vous souhaite que de la réussite vous êtes ma force

A mon fiancé qui a toujours été là pour moi, aucune dédicace ne saurait exprimer mon respect, amour éternel et ma considération pour les sacrifices que vous avez consenti pour mon instruction et mon bien être. Je vous remercie pour tout le soutien et l'amour que vous me portez

A ma grand-mère disparu qui m'a toujours soutenu

A mes grands-pères et grand-mère paternelle

A mes deux belles sœurs basema et wissem que j'estime beaucoup et particulièrement mes beaux-parents et mes beaux-frères Mohamed lamine, Yacine

Puisse dieu vous donne santé, bonheur, courage et surtout réussite

A Chachou Myassa, chère amie avant d'être binôme

A vous chère lecteur

Merci pour tout

Kahina

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre I : Aperçu théorique sur l’entrepreneuriat	8
Introduction	8
Section 01 : l’entrepreneuriat et l’entrepreneur	9
Section 02 : L’entrepreneuriat et l’entrepreneur en Algérie	20
Conclusion.....	33
Chapitre II: L’entrepreneuriat féminin	35
Introduction.....	35
Section 01 : Le cadre théorique de l’entrepreneuriat féminin	35
Section 02 : L’entrepreneuriat féminin dans le monde et en Algérie	47
Conclusion.....	64
Chapitre III : Enquête sur un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia	66
Introduction.....	66
Section 01 : Présentation de travail de recherche	66
Section 02 : Discussion et analyse des résultats de l’enquête	85
Conclusion.....	129
Conclusion générale	130
Bibliographie	132

Introduction

Générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat est identifié comme le moteur par excellence de la croissance et du développement économiques de tous les pays. Les entrepreneurs, qu'ils soient hommes ou femmes, jouent un rôle capital dans la création de richesses et d'emplois qui induisent la stabilité sociale durable. (Audertsch, 2006)

Ainsi, il est défini comme étant toutes actions qui mènent à la concrétisation d'une idée, d'un projet par son porteur appelé entrepreneur, en vue de créer une entreprise dont la conséquence directe est la création de la richesse, de l'emploi et enfin la croissance économique.

Outre la diversité des approches et motivations entre les promoteurs des deux sexes en matière de création ou développement d'entreprises, celles de la gente féminine se placent objectivement dans le cadre d'une volonté acharnée et incontestable d'émancipation. En effet, la femme concrétise avec passion sa volonté de devenir entrepreneur en suivant un idéal, en voulant prouver ses compétences et ou répondre à un besoin de reconnaissance de sa famille voir même de la société, le goût de l'aventure professionnelle, avoir le sens des responsabilités, ne plus dépendre d'une hiérarchie ou encore être le propre acteur de sa réussite.

C'est dans ce cadre que dès le début des années 1970 l'entrepreneuriat féminin s'est progressivement affirmé en investissant l'ensemble des domaines d'activités économiques et ce mêmes ceux traditionnellement considérés comme activités de prédilection du genre masculin. (kane, 2009)

Cette donne a fait que l'entrepreneuriat féminin bénéficie d'attentions particulières en devenant un champ d'étude à part entière (OCDE, 2003) En effet, les premiers travaux entrepris et recensés dans ce domaine ne datent que de la fin des années 1970 (Stevenson howard, 1990) L'entrepreneuriat féminin est ainsi devenu un champ d'études à part entière englobant tous les aspects liés à son apparition et son expansion, entre autres, ceux ayant trait aux motivations, aux contraintes rencontrés par les femmes dans leur quête entrepreneuriale, à l'accompagnement qui leur est consacré pour concrétiser leur projet. Ces études ont permis de déceler des différences potentielles entre les entrepreneurs des deux sexes en termes d'approches managériales, pérennité et financement de l'entreprise créée.

Selon (Hélène, 2013) l'entrepreneuriat féminin est issu d'un contexte d'appauvrissement et de promotion de l'initiative privée c'est-à-dire issue des conditions historiques dans certains pays. Il réunit donc, un ensemble d'entreprises variées et tenues par des femmes inscrites dans

toutes la hiérarchie sociale : elles travaillent dans le secteur formel ou informel, et souvent à la fois dans l'un et dans l'autre.

Cependant, une femme qui réussit à s'engager dans un processus entrepreneurial devra faire face à la dynamique culturelle pour affronter le double défi du travail et de son statut de femme. Ainsi pour accéder aux ressources, elle aura souvent besoin d'une autorisation de son tuteur, à savoir l'homme (**marta B calas, 2013**) Elles subissent aussi les contraintes liées à l'accès aux ressources de financement et le manque d'informations qui ont pour conséquence inéluctable de freiner leur élan entrepreneuriale.

Un autre obstacle de même degré subi par la femme, tel que les contraintes culturelles et sociales réduisent sa capacité à agir et décider librement, à travers sa dépendance du père, du mari, du frère, voire même de la mère qui joue le rôle de gardienne des traditions.

Une des conditions sine qua non du succès de la femme entrepreneur relève de sa capacité effective à s'imposer pour concrétiser sa décision d'entreprendre et de la mener à bon port. Ainsi, sa réussite se traduira inéluctablement par l'amélioration substantielle des conditions de vie de sa proche famille, ce qui lui permettra d'acquérir plus d'autonomie d'action et de reconnaissance.

Cette approche dite de « l'empowerment » peut être incorporée dans un Business Model qui lui assure l'efficacité et la durabilité (**Peirot, 2021**)

Au niveau mondial, l'entrepreneuriat féminin prend depuis quelques années une place importante pratiquement dans la plupart des pays. Par des actions volontaristes engagées, les États-Unis d'Amérique ont montré la voie à suivre aux autres nations en matière d'accompagnement des femmes entrepreneurs en recueillant aujourd'hui les fruits des mesures qu'ils ont eu à mettre en place dans ce cadre. Ainsi, ces dernières ont permis aux Etats-Unis d'Amérique d'enregistrer une proportion de 48 % d'entreprises dirigées par des femmes.(Nadira)

En général, les femmes choisissent de se lancer dans une aventure entrepreneuriale essentiellement pour créer leur propre emploi et acquérir par l'occasion un rang et une reconnaissance sociale. Ce choix est qualifié "d'entrepreneuriat de nécessité", par opposition à "l'entrepreneuriat d'opportunités" qui est par contre le plus répandu chez les hommes (GEM, 2010)

Manifestement, la population des femmes chefs d'entreprises est l'une des populations entrepreneuriales les plus croissantes au monde (Himrane Mohammed, 2019). Entre 1980 et 1988, le nombre d'entrepreneurs femmes aux USA a connu une augmentation de 82 %.

Au Canada, une étude a montré qu'entre 1991 et 1994, les entreprises dirigées par des femmes canadiennes ont créé quatre fois plus d'emplois que la moyenne totale canadienne. **(Carrier C. J., 2006)**

L'une des études qui démontre le rôle incontestable de l'entrepreneuriat féminin dans la réduction de la pauvreté est basée sur l'expérience de la banque Grameen au Bangladesh qui demeure unique en son genre. Cette banque a principalement focalisé son action sur la gent féminine. En effet, elle s'est aperçue que l'octroi de crédits aux femmes avait un impact économique positif sur le cadre de vie des familles et de la communauté à travers les profits générés par l'emploi des crédits octroyés.

Selon son fondateur et prix noble d'économie Muhamed Yunus (2007), la contribution des entreprises féminines est un instrument efficace pour la lutte contre le chômage. Ainsi l'émergence de ce type d'entreprises au Bangladesh a contribué d'une façon remarquable et inéluctable à la régression de la pauvreté dans les zones essentiellement rurales.

L'Algérie à travers des dispositifs mis en place par les pouvoirs publics depuis les années 1990 par une loi visant à réduire le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, Un code des investissements libérant les initiatives a été mise en place pour la première fois en Algérie en 1993¹.

En 1995, les pouvoirs publics ont promulgué deux ordonnances, l'une relative à la privatisation, l'autre à la gestion des capitaux marchands de l'Etat. Ainsi, l'économie nationale est passée d'un modèle économique essentiellement géré par l'Etat, à un modèle d'économie de marché libérale. Cette ouverture économique qui a permis d'encourager et de promouvoir la créativité et la création d'entreprise a grandement inspiré la gente féminine pour s'investir dans le monde des affaires, d'autant que l'égalité des droits entre les deux sexes a été clairement consacrée par la loi fondamentale du pays, à savoir la constitution.

Cette politique d'ouverture du champ économique national a permis sans nul doute de hisser la femme au niveau d'une force participative au développement et à la création de la richesse et ce à travers les ambitions entrepreneuriales qu'elle recelait. La femme a ainsi pris pleinement part dans la concrétisation de la croissance économique pérenne et ce bien que dans un premier temps sa participation dans le monde des affaires ne soit en effet pas assez importante par rapport à celle des hommes. Sa participation représente en 2017 selon l'O.N.S 12,3 % des entrepreneurs actifs et ce bien que le taux de l'entrepreneuriat féminin a plus que doublé en cinq ans, en passant

¹ [L'Algérie sur le chemin des réformes \(senat.fr\)](https://www.senat.fr/actualites/2022/04/22-04-2022-1) consulté le 04 avril 2022

de 7,3% ²en 2018 à 08% ³ Toutefois. Cette évolution notable reste insuffisante si l'on venait à établir une comparaison avec les pays voisins.

Suivant les statistiques publiées sur le site officiel du CNRC, en 2018 jusqu'à 2019 l'Algérie compte 156 102 entreprises créées par des femmes, représentant une proportion de 7,5% du nombre global d'opérateurs économiques immatriculés au registre du commerce.

Ce taux est très faible comparaison faite avec celui enregistré par la gent masculine de l'ordre de 92,5%.

Les secteurs d'activités économiques les plus prisés par les femmes entrepreneurs sont principalement celui du commerce suivi de celui des services. Le secteur industriel ne semble pas attrayant pour la gent féminine en raison probablement de l'importance des ressources financières à mobiliser (Acquisition du foncier industriel, des équipements et de la technologie de fabrication).

Sur la totalité des entreprises ayant un statut juridique de «Personne physique » et immatriculées au registre du commerce, 52,82 % relèvent du secteur du commerce essentiellement de détail et 37,62 % de celui des services.

Quant aux entreprises activant sous le statut juridique de «Personne morale », 39,6 % des opérateurs relèvent de l'activité des services et 33,6 % de celui du commerce (Opérateurs importateurs compris) et 25% de celui de la production et transformation industrielles.

Les entreprises des femmes entrepreneurs algériennes comme d'ailleurs celles du genre masculine sont principalement implantées dans le nord du pays et très faiblement au sud. (Tahir-METAICHE, 2013); (CNRC, 2017); (OIT, 2017).

Ces données statistiques impliquent que pour considérations socioculturel évidentes, la société algérienne ne permet pas aisément à la femme d'investir des territoires éloignés de l'environnement familial voir même domestique.

Aussi, bien que la société algérienne ait connu une certaine émancipation des mentalités et reste toujours insuffisante, les femmes sont appelées à redoubler d'efforts pour investir le champ de la sphère économique en démontrant leurs capacités de gestion et compétence en innovation.

L'objet de l'étude

² [Microsoft Word - 2019-11-21 Mastercard Index of Women Entrepreneurs Report 2019 v1.3 \(edited for AP changes and new summary\)](#) consulté le 04 avril 2022

³ <https://www.dzentreprise.net/cnrc-emploi-femmes> consulté le 04 avril 2022

L'objet de la présente étude sur l'entrepreneuriat féminin est de détecter et déterminer les principales motivations ainsi que les différents obstacles causés par plusieurs facteurs psychologiques, économiques et socioculturels qui démotivent les femmes entrepreneures, notamment dans la wilaya de Bejaïa.

Intérêt du thème

L'entrepreneuriat féminin est un thème considéré comme entrepreneuriat de minorité. Une problématique dans le cas de l'Algérie. Des constatations nous poussent à dire que l'entrepreneuriat féminin en Algérie est, peut-être, soumis à un contexte économique, social et institutionnel défavorable. Les femmes rencontrent davantage de difficultés pour monter une affaire dans le secteur formel.

D'un côté, ce chiffre demeure faible, mais il désigne plus au moins l'existence d'un potentiel de développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. La faiblesse de ce taux ne devrait pas induire le découragement des initiatives d'entrepreneuriats émanant des femmes.

D'un autre côté les changements culturels qu'a connus la société ont induit un changement de vision et d'idées traditionnelles envers l'emploi de la femme ainsi que son éligibilité à l'entrepreneuriat et son pouvoir de gérer sa vie personnelle.

A cette effet on remarque plus en plus les femmes en quête d'autonomie s'orienter et se lancer dans l'entrepreneuriat aboutissant à la création de leurs propre emplois.

Sous l'aspect du cadre politique, il est très important d'analyser l'impact des politiques et des mesures adoptées et mises en place par l'état algérien visant le développement et le soutien de l'entrepreneuriat féminin. Celle-ci est réalisable à travers des enquêtes et sondages auprès des femmes entrepreneures. Cette source d'information viable permettrait de recenser les difficultés auxquelles sont confrontées les femmes lors du lancement de projet ou création de leurs entreprises.

Pour ces considérations objectives, une réponse à l'énoncé de la problématique ci-après est imposée de fait:

«Quels sont les motivations et les obstacles rencontrés par la femme entrepreneure?»

Afin de répondre à cette problématique nous tenterons de répondre aux questions secondaires suivantes :

- Quelle place occupe l'entrepreneuriat féminin dans le monde?

- Qu'est-ce qui motive la femme à devenir une entrepreneure?
- Quelles sont les programmes et les mesures prises spécifiquement pour promouvoir le développement de l'entrepreneuriat féminin, notamment en Algérie et à Bejaïa?
- Qu'est-ce qui freine la femme à entreprendre réellement?

Hypothèses

A partir de l'objectif ciblé par notre recherche, nous tenterons de formuler quelques hypothèses qui se présentent comme suit :

Hypothèse 1 : Sortir de chômage est la principale motivation des femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaïa.

Hypothèse 2 : Le manque d'information, constitue le principal obstacle qui entrave les femmes entrepreneures dans leur aventure entrepreneuriale à Bejaïa.

Dans le cadre de notre présente étude nous avons adopté la méthode inductive, qui consiste à tirer des conclusions à partir d'un cas particulier qui a été généralisé.

Pour cela nous nous sommes appuyées sur:

-Le cadre théorique, on a fait recours à des différents documents nécessaires pour la compréhension des logiques relatives à notre thématique et constituer la partie théorique ; ouvrage, thèse, mémoire, article, revue, site web...etc.

-Un cadre empirique, où il s'agit de présenter le cas étudié et d'éclairer la méthodologie utilisée.

Ainsi, notre enquête de terrain a été réalisée à travers un questionnaire avec un échantillon de 21 femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaïa.

Notre présente étude est répartie sur trois chapitres chacun constitué de deux sections chacun. L'analyse du thème traitant de l'entrepreneuriat féminin, débute par :

-Un premier chapitre intitulé : **Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat**. Il traite dans sa première section de la définition claire de l'entrepreneure et de l'entrepreneuriat type, du rôle et motivation obstacle, et dans la seconde du contexte entrepreneuriale en Algérie dans la deuxième section.

-Un deuxième chapitre intitulé : **Entrepreneuriat féminin**. Celui-ci traite dans sa première section du cadre théorique et du concept de l'entrepreneuriat féminin, ainsi que des motivations et obstacle spécifiques aux femmes, et dans la seconde section de l'entrepreneuriat féminin à travers le monde et de tous les programmes qui lui sont liés et mis en place par chaque

pays spécifiquement pour promouvoir son développement, et ce plus particulièrement en Afrique et en Algérie.

-Un troisième chapitre intitulé : **Enquête sur un échantillon de femmes entrepreneur dans la wilaya de Bejaia**

Ce chapitre est subdivisé en deux sections. La première section est le traitement des données de l'enquête par la présentation et la répartition de l'échantillon.

La deuxième section consacrée aux analyses des données de l'enquête et une vérification par des tests de logiciel SPSS, en utilisant le test de khi-deux et le test de contingence.

Chapitre I :
Aperçu théorique sur
l'entrepreneuriat

Chapitre I : Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat

Introduction

L'entrepreneuriat est sans doute l'un des concepts qui cause le plus de désaccord entre les chercheurs et les auteurs, d'une époque à une autre l'entrepreneuriat est revisité, corrigé et enrichi. C'est un concept non simple à appréhender.

« L'entrepreneuriat peut se concevoir comme étant le processus qui consiste à vouloir créer quelque chose de différent et possédant une valeur, en lui consacrant le temps et le travail nécessaires, en assumant les risques financiers, psychologiques et sociaux correspondants et à en recevoir les fruits sous forme de satisfaction pécuniaire et personnelle » (HIRICH et PETER ,1991)

« L'entrepreneuriat » est un phénomène qui ne cesse de prendre l'ampleur.

Sa définition a connu une évolution et des changements d'une époque à une autre. Cependant, certains aspect restent les même aux différentes époques. Dans ce premier chapitre intitulé « généralité sur L'entrepreneuriat » nous allons exposés dans une première section différente définitions de l'entrepreneuriat, puis nous allons exposer les types de l'entrepreneuriat et le rôle de l'entrepreneuriat.

Dans la même section nous allons citer la définition de l'entrepreneur comme agent principal de l'économie qui ne peut être détacher de phénomène principale « l'entrepreneuriat », et nous poursuivrons cette définition par les caractéristiques de l'entrepreneur et ces types ,suivit d'une deuxième section intitulé « l'entrepreneuriat en Algérie » ou nous allons définir la PME en Algérie et exposé les principaux obstacles entravant le développement de l'entrepreneuriat en Algérie puis nous allons passer à l'entrepreneuriat féminin en Algérie , le rôle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et à la fin nous allons exposer les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat féminin en Algérie et en termine par une conclusion.

Section 1 : Généralités sur l'entrepreneuriat

1. La définition de l'entrepreneuriat

Selon les auteurs :

L'entrepreneuriat est un phénomène hétérogène, multiforme possédant plusieurs expressions et trop complexe pour être réduit à une seule et simple définition (Verstraet, 1999).

Un bon nombre de chercheurs limitent l'idée de l'entrepreneuriat à la création d'entreprises (GATNER William.B, ,1990)

A ce titre, nous énumérons ci-dessous quelques définitions

Tout d'abord, l'entrepreneuriat est défini dans le dictionnaire économique comme étant : « l'action de créer de la richesse et/ou de l'emploi par la création ou la reprise d'une entreprise » (<http://www.toupie.org/dictionnaire>, 2022)

FAYOLLE et FILION « L'entrepreneuriat C'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise » (LOUIS JACQUE FILION, 2006)

VERSTRAET et FAYOLLE ont proposé une définition claire de l'entrepreneuriat « L'entrepreneuriat est une initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaires (du moins ce qui est apprécié ou évalué comme tel), dont le profit n'est pas forcément d'ordre pécuniaire, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse. » (Val, ,2013)

Quant à l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE), elle propose la définition suivante : « L'entrepreneuriat, c'est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, générant de la valeur sur le marché par la création ou le développement d'une activité économique, évoluant avec cette valeur pour finalement affecter l'économie, et ce, dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire » (P. A. JULIEN et Louise CADIEUX, , Décembre 2010,)

Chapitre I : Aperçus théorique sur l'entrepreneuriat

Selon Gasset, l'entrepreneuriat s'entend comme l' « appropriation et la gestion des ressources humaines et matérielles, dans le but de créer, de développer et d'implanter des solutions permettant de répondre aux besoins des individus » (Y.Gasset, 1883) (Verstraete Theierry, 2000), «L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques». (Verstraete Theierry, 2000)

Pour Fortin cité par (Rajhi Nadia, 2011), mentionne que « l'entrepreneurship réfère à une mentalité, a une attitude qui pousse l'individu seul ou associé, à démarrer une nouvelle affaire et à prendre les moyens pour réalises un désir ou un rêve, tout en assumant les risques de l'aventure » (Paul-Artur Fortin, 1996,)

Selon (Venkatraman, 2000), ils définissent l'entrepreneuriat par la notion opportunité : « Entrepreneuriat est l'étude scientifique du comment, par qui et avec quel effets, les opportunités de créations de nouveaux produits et services sont détectées, évaluées et exploitées »

En anglais, «The scholarly examination of how, by whom and with that effects opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated and exploited.

Consequently, the process of discovery, evaluation and exploitation of opportunites; and the set of individuals who discover, evaluate, and exploit them». (Venkatraman, 2000)

(GATNER William.B, ,1990) S'est préoccuper à trouver une définition à la notion entrepreneuriat par la méthode Delphi en interrogeant des experts afin de répondre à la question : « What are we talking about when we talk about entrepreneurship ? » (BEN CHEIKH)

Comme la méthode Delphi⁴ sert à faire des prévisions par l'expression d'opinions rationnelles sur des questions où il n'existe pas de réponse absolue Gartner a définit l'entrepreneuriat parles huit thèmes ci-après :

- L'entrepreneuriat touche à l'entrepreneur comme un individu ayant des caractéristiques particulières ;

⁴La méthode DELPHI : «Une méthode systématique pour la consultation d'experts» N. Dalkey et O. Helmer, 1963

En référence à l'oracle de Delphes, celui-ci a été élaborée dans les années 1950, par la RAND Corporation (Research And Development Corporation) aux USA. Depuis 1945, cet organisme développe, par la recherche et l'analyse, des outils d'accompagnement, des processus décisionnels en lien avec les politiques publiques. A initialement servi à prévoir l'impact de la technologie sur la guerre c'est une approche fondée sur des avis d'experts (Livoreil, 2018)

Etant un outil puissant d'intelligence collective, cette méthode a été appliquée dans d'autres domaines comme une méthode de prospection systématique et interactive se basant sur un panel d'experts. (Rivière, 2017)

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

- L'entrepreneuriat a trait à l'innovation en générale ;
- Entrepreneuriat c'est la création d'une organisation ;
- L'entrepreneuriat c'est la création de valeur ;
- Certain réservent l'entrepreneuriat au seul secteur privé, d'autres estiment qu'il peut concerner le secteur public ;
- L'entrepreneuriat intéresse les organisations a fortes croissance ;
- L'entrepreneuriat implique chose unique ;
- L'entrepreneuriat concerne les dirigeants propriétaires.

(Danjou I, 2002) Définit l'entrepreneuriat comme étant un champ de recherche qui repose sur trois niveaux d'étude : l'entrepreneur, l'action et le contexte entrepreneurial. (Danjou I, 2002)

Types d'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat n'est nullement spécifique à un seul domaine d'application ou à une catégorie d'entreprises ou d'entrepreneurs, il s'étend sur plusieurs types tels que l'entrepreneuriat public, privé et social.

La définition de l'entrepreneuriat peut être présentée sous plusieurs formes, aspects et catégories, tels que la définition juridique (Forme et statut), commerciale (Durabilité, taille,...).

Ainsi, les différents types d'entrepreneuriat sont définis comme suit :

2. Types d'entrepreneuriat

2.1. L'entrepreneuriat selon l'entrepreneur

2.1.1. L'entrepreneuriat individuel

Il est défini comme étant la volonté d'une personne de concrétiser seule son projet avec la ferme conviction de se démarquer et d'acquérir une indépendance et une liberté d'action totales sans l'intervention aucune d'une tierce partie ou autorité.

2.1.2. L'entrepreneuriat collectif ou communautaire

Est l'association née entre un groupe d'individus animé par un même objectif et qui ont fait le choix d'unir leurs efforts pour répondre au mieux à la réussite d'un projet commun. Dans ce cas, les bénéfices et les risques sont partagés par les membres du groupe. Leur action d'entrepreneuriat revêt un caractère solidaire et non concurrentiel.

2.2. L'entrepreneuriat selon le statut juridique

2.2.1. L'entrepreneuriat privé

Il englobe les entreprises relevant du secteur privé de toutes formes juridique.

2.2.2. L'entrepreneuriat public

Celui relève des capitaux marchands détenus par l'état sur les entreprises publiques économiques et entreprises à caractère industriel et commercial relevant de l'administration locale (Communes, wilayas) ou institution étatique (Ministères environnement, défense nationale...).

2.2.3. L'entrepreneuriat social

C'est une forme d'entrepreneuriat activant dans un cadre associatif social dont l'objectif principal ne se focalise pas forcément sur la recherche exclusif du profit qui d'ailleurs minimisé, mais plutôt un moyen pour aboutir un projet répondant à une problématique sociétale ou d'intérêt général.

2.3. L'entrepreneuriat selon le sexe

Il se décompose en :

2.3.1. Entrepreneuriat masculin

Ce sont les activités dont les caractéristiques sont spécifiques aux hommes en raison de considérations liées à des contraintes physiques (Pénibilité importante) ou à des considérations religieuses voir même culturelles pour chaque société.

2.3.2. Entrepreneuriat féminin

Par tradition et considérations diverses l'exercice de certaines activités économiques relève spécifiquement de la gent féminine. Cet état de fait n'a pas pour autant empêcher la femme d'investir pratiquement tous les domaines du monde des affaires. Ce point est d'ailleurs traité par les travaux du présent mémoire.

2.4. L'entrepreneuriat selon l'activité

2.4.1. L'entrepreneuriat formel

Il englobe les activités exercées par les opérateurs économiques qui se conforment à toutes les dispositions légales et réglementaires édictées par les pouvoirs publics et qui régissent l'action économique. Ce type d'entrepreneuriat est ainsi dument déclaré et contribue aux recettes fiscales et PIB.

2.4.2. L'entrepreneuriat informel

Il est constitué d'entreprises activant en dehors du circuit légal régissant l'économie. Outre la volonté de ses pratiquants d'échapper au paiement des taxes et redevances fiscales, ce genre

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

d'entrepreneuriat reste également un créneau pour des personnes démunis de moyens matériels et financiers pour l'exercice d'une activité économique légale.

2.5. L'entrepreneuriat selon la durée de l'activité

2.5.1. L'entrepreneuriat occasionnel

Ce type d'entrepreneuriat est limité dans le temps et revêt un caractère temporaire répondant à des considérations spécifiques, entre autres opportunité commerciale non durable, promotionnelle, vacation

2.5.2. L'entrepreneuriat durable

Est défini comme étant une activité économique inscrite dans la durabilité assurée par son développement.

Le développement durable est « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs », citation de Mme Gro Harlem Brundtland, Premier Ministre norvégien (1987). (INSEE, 2016)

2.6. L'entrepreneuriat selon la taille

2.6.1. Petites et moyennes entreprises

Celles-ci constituent un véritable tissu économique fortement répandu et déployé. Elles représentent 80 % du tissu économique national et 60% de la valeur ajoutée hors hydrocarbures. Elles sont également génératrices d'emplois (45% de la population active) et sont considérées comme un indicateur viable d'appréciation d'une économie. Elles activent dans tous les secteurs de l'économie nationale du petit commerce de détail de biens et de services à la moyenne industrie. (OIT, 2017)

Par type, les P.M.E sont légalement classées comme suit :

2.6.2. Moyenne entreprise

Activant avec 50 à 250 employés réalisant un chiffre d'affaires entre 200 millions et 02 milliards de dinars.

Affichant un total au bilan annuel entre 100 et 500 millions de dinars.

2.6.3. Petite entreprise

Activant avec 10 à 49 employés, réalisant un chiffre d'affaires n'excédant pas 200 millions de dinars. Affichant un total au bilan annuel qui n'excède pas 100 millions de dinars.

2.6.4. Très petite entreprise (Ou micro-entreprise)

Activant avec 1 à 9 employés, réalisant un chiffre d'affaires n'excédant pas 20 millions de dinars. Affichant un total au bilan annuel entre 10 millions de dinars.

2.6.5. Grandes entreprises

Celles-ci sont des entités d'envergure national ou international activant dans tous les secteurs de l'économie et disposant de tous les moyens matériels et financiers qui susceptibles de lui permettre de s'accaparer des parts importantes du marché et de les conforter face à la concurrence. Leurs croissances et pérennités sont tributaires de la promotion constante d'une politique de recherche, innovation et développement.

- Activant avec plus de 250 employés.
- Réalisant un chiffre d'affaires de plus de 02 milliards de dinars.
- Affichant un total au bilan annuel de plus de 500 millions de dinars.

2.6.6. Entreprises sociales

Elles ont pour vocation de conforter et de développer à travers une stratégie commerciale qui adhère à une économie sociale, qui tend à maximiser les biens êtres financier, social et environnemental.

Bien que dans leur majorité les entreprises sociales soient à but non lucratif, la complémentarité entre la maximisation de l'impact social et le profit généré pour ses copropriétaires est amplement équitable.

3. Le rôle de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat soutient la croissance et le développement économiques via les innovations sur le marché, et il existe une relation bidirectionnelle entre l'entrepreneuriat, d'une part, et la croissance et le développement économiques, de l'autre. (AFDP, 2011)

L'entrepreneuriat, moteur de la dynamique économique est ce selon Schumpeter

L'entrepreneur a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libérale. Il est très souvent à l'origine des innovations de rupture, il crée des entreprises, des emplois et participe au renouvellement et à la restauration du tissu économique.

L'entrepreneur est souvent l'innovateur qui apporte la destruction créatrice (SCHUMPETER, 1935) tout cela a été parfaitement mis en valeur, dès la fin des années 1970, par Octave Gélilier (1978) qui insiste sur l'importance des apports de l'entrepreneur à l'économie « Les pays, les professions, les entreprises qui innovent et se développe sont surtout ceux qui

pratiquent l'entrepreneuriat. Les statistiques de croissance économique, d'échange internationaux, de brevets, licence et innovations pour les 30 dernières années établissent solidement ce point il en coûte cher de se passer d'entrepreneurs (Fayolle, 2017)

▪ **L'entrepreneur comme créateur de richesse**

L'entrepreneur est donc d'abord défini comme « Une source de richesse » aussi bien pour la société que pour lui-même. Car pour les penseurs du libéralisme économique ADAM SMITH et DAVID RICARDO la richesse pécuniaire-capitalistique pourrait-on dire, il revient à l'entrepreneur de l'accumuler. Les emplois et les ressources créées, en revanche, peuvent bien évidemment être considérés comme des richesses pour l'ensemble de la société.

Selon CANTILLON l'entrepreneur est « un agent de direction de la production et du commerce, qui supporte, seul, les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix » et c'est sans doute la meilleure définition que l'on pourrait donner de ce concept paradoxalement, tant il recouvre de réalités diverses.

▪ **L'entrepreneur une multiplicité de métiers**

En définitive, à la question « entrepreneur est-il un métier ? » ou « qu'est-ce que le métier d'entrepreneur ? » il est difficile de donner une seule et unique réponse. Car pour être agile, proactif et piloter son entreprise, avec une vision, vers l'avenir ; il faut à la fois être gestionnaire, commercial, manager ; responsable marketing, communicant...etc.

En tout cas au début. Dans une entreprise de taille moyenne ou intermédiaire, chacun de ces postes peut, et doit, être délégué à des collaborateurs compétents. Mais au lancement de l'activité, il faut être capable, en tant que chef d'entreprise, de signer des contrats, trouver des fournisseurs, recruter des collaborateurs, manager des équipes etc.

4. L'entrepreneur

4.1. Définition de l'entrepreneur

Entrepreneur personne qui se charge de l'exécution d'un travail par un contrat d'entreprise (définition proposées par les dictionnaires le Robert). Plusieurs auteurs en définissent l'entrepreneur en site :

CANTILLON dans son ouvrage intitulé « Essai sur la nature de commerce en générale » (Sophie Boutillier, 2014) Cantillon estime que l'entrepreneur c'est quelqu'un qui sait saisir une opportunité en vue de réaliser un profit, mais qui doit en assumer les risques.

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

J-BAPTISTE SAY, il voyait le développement de l'école par la création d'entreprise. Dans la pensée de Say l'entrepreneur doit diriger et organiser d'une part, et prendre des risques d'autre part. Ce sont les deux traits les plus caractéristiques de l'activité de l'entrepreneur.

SAY met l'entrepreneur au centre du processus économique, selon l'entrepreneur est un agent économique rationnel et dynamique, garantissant véritablement l'équilibre économique.

SCHUMPETER JOSEF, qualifié de père fondateur de l'entrepreneuriat fait évaluer d'une façon importante la compréhension de la fonction entrepreneuriale, il donne de l'entrepreneur une définition plus restrictive que celle de SAY.

L'entrepreneur de Schumpeter est celui qui introduit et conduit l'innovation.

Celui qui crée une combinaison des facteurs de production de manière à innover au sein du processus de développement économique.

D'autres auteurs ce sont intéressés par la suite à la notion de l'entrepreneur pour (David, 1998) l'entrepreneur est « c'est un individualiste qui agit au nom de mobiles personnels »

Il définit l'entrepreneur comme quelqu'un qui contrôle une production qu'il ne consomme pas personnellement.

(William, 2011), observe que les chercheurs se chamaillent sur une définition satisfaisante de la création d'entreprise et suggèrent que le manque de précision dans la définition du créateur peut contribuer au manque de modèles solides de création d'entreprise.

Enfin le terme entrepreneur est utilisé depuis plus de deux siècles, mais nous continuons à le faire évaluer, à le réinterpréter, à réviser sa définition et sa définition la plus simple est « un entrepreneur est une personne qui identifie une opportunité et crée une organisation pour la suivre jusqu'au bout ». (Entrepreneuriat, femme entrepreneur et entrepreneuriat féminin, 2019)

Caractéristiques de l'entrepreneur

Selon (MANCHESNAY, 1996) l'entrepreneur dispose de plusieurs traits caractéristiques qui représentent des valeurs et des attitudes face à l'environnement socio-économique dont il procède (Pierre-André Julien, 2015)

Les traits caractéristiques sont

4.1.1. Les besoins d'accomplissement

Les chercheurs de l'approche par traits veulent démontrer que le besoin d'accomplissement est l'une des principales caractéristiques du comportement de l'entrepreneur.

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

D'après (MCCLELLAND, 1990) le besoin d'accomplissement est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur.

4.1.2. Le besoin d'indépendance

Les entrepreneurs veulent prendre le contrôle de leur avenir, ces entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et se caractérisent par un certain sens d'autonomie très poussée.

4.1.3. La confiance en soi

Les entrepreneurs sont par définition optimiste ils croient en leurs capacités et s'assurent de tout mettre en œuvre pour atteindre leurs objectifs et ont maîtrise en soi, l'entrepreneur se doit être déterminé dans ses projets avant, pendant et après la création de son entreprise. Il doit savoir jusqu'à où il veut aller comment y'allier et mettre tout ce qu'il sait en application.

4.1.4. L'innovateur

Joseph Schumpeter souligne que l'entrepreneur est l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation. Selon lui, seuls les individus qui sont capable d'innover et méritent l'appellation d'entrepreneur.

4.1.5. Un preneur de risque

Chez les entrepreneurs, la prise de risque est spécifique à certain domaines et certaines situation.

Certains chercheurs n'estiment que la propension à prendre des risques est l'essence de l'activité entrepreneuriale et la création d'entreprise serait réservée à ceux qui auraient une moindre aversion au risque.

Les bons entrepreneurs se définissent par leur caractères et l'un des premiers traits de caractère indispensable pour être un bon chef d'entreprise est évidemment le courage. (Juliette, 2020)

4.2. Les types d'entrepreneurs

4.2.1. Entrepreneur-opportuniste

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

4.2.2. Entrepreneur-organisateur

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

4.2.3. Entrepreneur-joueur

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

4.2.4. Entrepreneur motivé

Pour SHUMPETER l'entrepreneur est motivé par la réalisation de bénéfices grâce aux risques pris et la réussite.

Les défis représentent des objectifs pour l'entrepreneur : on dira même que les défis lancés constituent la première source de motivation.

5. Motivations et obstacles entrepreneuriales

5.1. Motivations entrepreneuriales

L'acte d'entreprendre, comme tout comportement humain, a des incitants et des excitants pour son existence qui sont regroupés en un seul terme "Motivations". Les motivations sont soit internes ou psychologiques, soit externes ou contextuelles. (Michel, 1999)

Il existe deux types d'entrepreneurs en termes de motivation. On a par nécessité et ou par opportunités induisant des comportements différents lors de lancement d'un projet ou lors de création d'une entreprise.

Ces deux types sont appelées aussi motivation extrinsèques et intrinsèques. (LIAO, 2001)

5.1.1. Une motivation dit extrinsèque

Signifie qu'un individu décide de créer une entreprise en raison de facteurs négatifs subis et c'est ce qu'on appelle l'entrepreneuriat par nécessité, qui est motivé par des facteurs ou événements tels que le chômage, absence d'alternative afin de répondre à ses besoins individuels et familiaux, un besoin de flexibilité professionnelle ou personnelle, un besoin de reconnaissance sociale, la pression familiale d'ordre psychologique.

(BROCKHAUS, 1980); (BURKE, 1997) ; (CARSRUD A. B., 2011) ; (EVANS, 1989) ; (GILAD, 1986) ; (KIRKWOOD J. , 2009); (KIRKWOOD J. C.-H., 2007) ; (KOBESSI, 2010); (KUMAR, 2007); (MALLON, 2001)

5.1.2. Une motivation dit intrinsèque

Signifie qu'un individu décide de démarrer une activité entrepreneuriale, en raison des facteurs positifs donc c'est le cas de l'entrepreneuriat par opportunités motivé par des envies, des choix, et des objectifs personnels souhaités et constructifs par l'individu. Tel que le désir

indépendance, par la découverte d'une opportunité de marché, par la recherche de profit ou le désir d'être son propre patron.

(AMIT, 1995) ; (CALIENDO, 2010) ; (CARSRUD A. e., 2011) ; (HARRISON, 1983) ; (J KIRKWOOD, 2009) ; (KIRKWOOD J. C.-H., 2007) ; (N KOBEISSI, 2010); (KUMAR M, 2007)

5.2. Obstacles entrepreneuriaux

On peut dire qu'il y a 3 principaux types d'obstacles. L'institutionnelle, celle qui a un lien avec les caractéristique de l'entrepreneur et de son entourage et enfin celle qui sont lie à la période d'avant et d'après création de l'entreprise.

5.2.1. Les obstacles institutionnels

Ils sont directement et implicitement liés aux démarches administratives (Complication des procédures, étalement dans le temps de la durée de traitement des dossiers et de réponses à réserver par l'administration et les institutions rattachées, complexité et difficulté d'obtention des licences et brevets...).

5.2.2. Le financement

Il est considéré comme l'un des obstacles les plus contraignants à travers les difficultés rencontrées par l'entrepreneur pour l'accès aux prêts bancaires. Les taux d'intérêts appliqués, les garanties exigées le manque de vulgarisation de l'information sur les procédures bancaires sont autant de difficultés qui entravent l'entrepreneuriat.

5.2.3. L'indisponibilité et la difficulté d'accès au foncier

Ils constituent désormais un frein à l'entrepreneuriat. En effet, l'opacité qui entoure l'attribution du foncier aggravée par la pratique de loyers exorbitants sur le marché de la location n'incite nullement les entrepreneurs potentiels à franchir le pas de l'entrepreneuriat.

5.2.4. Le manque de confiance en soi même et la peur de l'échec

Ces obstacles qui ont un lien directement lié aux caractéristiques personnelles de l'entrepreneur et à son entourage (pierre, 1980)

Tout d'abord, le premier déterminant à la réussite d'un projet ou de création d'une entreprise, est la dotation de capital humain et social. En parallèle le niveau d'instruction de moyen au diplôme, les connaissances en matière de gestion d'entreprise, l'expérience professionnelles dans le domaine d'activité ou il entreprend, son réseau professionnel et social, ainsi que ses connaissances du marché investi, obligation de détention d'un minimum de compétences professionnelles.

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

Dans l'autre partie, le soutien moral de la famille et de l'entourage qui est considéré selon plusieurs chercheurs comme condition de réussite tout au cours de lancement de projet.

Dans certains cas et souvent rencontrer par les entrepreneurs est le choix des collaborateurs, associé, d'employés, et les comptables compétent, généralement cette obstacle est crucial aux premiers mois de lancement de l'entreprise....ainsi le manque d'un personnel qualifié.

5.2.5. Les obstacles liés à asphère social culturel et de valeurs

Cet obstacle est raison de, l'absence et la faible présence d'une culture entrepreneuriale.

Cela peut être dû à l'éducation parentale, également son absence dans l'environnement social, familial, ou institutionnel. Ce qui fait l'absence totale de concept entrepreneuriat et tout personne vise à entreprendre il est peu encourage et même démotive dans certain cas.

Section 2: L'entrepreneuriat et l'entrepreneur en Algérie (homme / femme)

Face à l'incapacité de la société industrielle contemporaine de créer suffisamment d'emplois, les politique publics des états sont amené à adopter de mettre en en place des dispositifs destinés à encourager et à aider à la création d'entreprise. A ce titre, l'entrepreneur est interpellé par les économistes qui lui réservent une place de choix dans la hiérarchie sociale.

L'Algérie ne fait pas exception à cet élan, puisque l'une des priorités des différents gouvernements qui se sont succédés a été de reconsidérer et de promouvoir le secteur privé dans l'économie nationale et de l'aider afin qu'il devienne la pièce motrice de la croissance. Seulement la réaffirmation incantatoire de la libéralisation ne bouleverse en rien le principe du maintien de la dépendance des ressources de l'Algérie de l'exportation de sa production d'hydrocarbures.

L'allocation des ressources financières s'opère toujours en faveur du secteur des hydrocarbures au détriment des autres secteurs économiques. En effet lorsqu'on observe l'entrepreneur privé algérien, nous constatons qu'il est loin de partager l'enthousiasme de l'état à son égard, et reste sceptique et très réticent à promouvoir son développement en se considérant bien loin d'être le vecteur de la croissance économique.(lachachi)

1. Définition de l'entrepreneuriat en Algérie

L'entrepreneuriat en Algérie est qualifié comme un « Entrepreneuriat de survie » ou l'entrepreneur crée son entreprise par contrainte social par nécessité et non pour exploiter une opportunité. (En arabe référence (magazine d'entrepreneuriat et developpement durables, 2018)

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

La femme algérienne est souvent marginalisée au sein de l'entreprise en termes de niveau de recrutement ou de la formation. La préférence masculine est marquée chez les managers ayant une vision conservatrice et disant traditionnelle. Ils considèrent que le travail est une affaire d'homme, et notant que cette vision n'est pas limitée chez les managers seulement mais elle caractérise la mentalité de la majorité du peuple (Saliha)

En Algérie, à partir de 2011 les pouvoirs publics ont adopté des politiques destinées à promouvoir efficacement et durablement l'initiative privée. Cette volonté a pour objectif de créer un instrument de promotion de l'entrepreneuriat de manière à l'insérer dans le tissu socioéconomique. Des moyens considérables ont ainsi été attribués pour amorcer une croissance économique durable, sachant que «l'égalité entre les hommes et les femmes en matière d'accès au marché du travail découle des politiques antérieures qui considéraient l'emploi en tant que droit pour les deux sexes».

Le « métier » de femme chef d'entreprise est récent, ce n'est que durant les deux dernières décennies, qu'on assiste à l'apparition et au développement d'entreprise appartenant à des femmes, raison pour laquelle, les femmes entrepreneurs sont peu nombreuses. Selon le centre national du registre de commerce (CNRC), jusqu'à fin février 2018 le nombre des femmes chef d'entreprises inscrites au CNRC ne représentait que 7,6 % du total de la population activant en qualité de chef d'entreprise en Algérie. Ce nombre demeure très faible par rapport à nos voisins Maghrébins et par rapport également aux standards internationaux. (Stimuler l'entrepreneuriat féminin en Algérie, une étude expositive de la caisse national d'assurance chômage, volume VII, N°03), 2021)

Dans le contexte économique difficile, nécessité fait loi, dit en substance Dalila Nadjim, Fondatrice des éditions Dalimen « L'entrepreneuriat algérien est surtout motivé par le défi, le défi de ne pas tomber ; de ne pas céder à la crise et prouver qu'avec le privé, on peut participer à l'évolution de l'économie algérienne, en tout cas, c'est ce que je ressens ».

2. Les PME en Algérie

En Algérie la nouvelle forme de développement se tourne vers la création d'entreprise privée particulièrement les PME qui sont considérés comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique.

2.1. La définition de la PME en Algérie

Jusqu'en 2001, il n'existait pas de définition officielle de la PME en Algérie et l'office National de statistique (ONS) définissait celle-ci comme étant une entreprise de production des biens et des services employant de 1 à 250 personnes.

En décembre 2001, l'adoption de la loi d'orientation sur la petite et moyenne entreprise a conduit à une définition officielle beaucoup plus inspirée de celle adoptée par L'union Européenne (la loi N °01-18 du 12/12/2011).

Ainsi, la définition de la PME adoptée par l'Algérie est basée sur les trois critères suivant : les effectifs, le chiffre d'affaire, le bilan annuel. Quel que soit son statut juridique la PME est définie comme étant une entreprise de production de biens et de services employant de 9 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 2 milliards de Dinars (DA), affichant un total du bilan annuel qui n'excède pas 500 millions de dinars (DA). Le législateur a eu à définir la PME en distingué dans ce cadre trois types d'entreprises.

2.1.1. La moyenne entreprise

Est celle employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaire est compris entre 200 millions et 2 milliard de DA.

2.1.2. La petite entreprise

Elle est définie comme celle employant de 10 à 49 personnes et le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 200 millions de DA.

2.1.3. Très petite entreprise

TPE ou micro-entreprise est définie comme une entreprise employant de 1 à 9 employés et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 20 millions de DA

2.2. Code institutionnel des PME

Deux grande périodes caractérisent le cadre institutionnel, administratif et juridique dans lequel a évolué l'entreprise nationale depuis l'Indépendance, la première qui a duré jusqu'en 1982 s'est caractérisée par la limitation de l'influence du secteur privé et la domination du secteur public qui a eu à exercer de fait, la politique du monopole sur l'ensemble des secteurs économiques. L'état assumait alors les rôles aussi bien de propriétaire et d'entrepreneur en même temps.

La seconde période a quant à elle été caractérisée par un intérêt très particulier porté sur les petites structures et le retour vers les PME à travers les initiatives des politiques publiques pour promouvoir les initiatives entrepreneuriales, pour créer de nouveaux emplois (chelil.A)

2.2.1. La première période : 1962-1982

Dans le cadre d'une économie planifiée de type socialiste, L'état était doté d'un vaste secteur public qui contrôlait près de 70% de la valeur ajoutée, il couvrait alors toutes les industries importantes (hydrocarbures, métallurgie, mécanique, électricité et gaz).

(Khalil A. , 25,26 ET 27 et octobre 2006) Cette période a été plus particulièrement caractérisée par la création de grandes sociétés nationales telles SONATRACH, SONACOME, SN METAL, SONELEC, SONELGAZ..... et durant cette période faste la PME-PMI étaient presque totalement absentes ou relativement écartées et l'industrie de transformation privée avait un caractère purement familial, voir au plus artisanal sans grande ampleur.

De 1962 à 1982, il a été enregistré la création seulement de 600 entités économiques par un an, Celles-ci étaient confrontées à une multitude de contraintes et avaient des chances de survie incertaines et un impact économique limité. Les premiers codes d'investissement adoptés par l'Algérie indépendante favorisaient le monopole de l'état et celui de 1963 n'accordait aucun avantage ni garantie au capital privé. L'entreprise privée était soumise à un contrôle très strict, par une lourde fiscalité qui empêchait son développement voir même son autofinancement.

2.2.2. La deuxième période : 1983 à nos jours

Après 20 ans de prédominance du secteur public, l'état a décidé depuis 1982 d'accorder progressivement au secteur privé un rôle complémentaire dans certains secteurs de l'activité économique tout en limitant les niveaux d'investissements. La PME a ainsi été utilisée comme une solution pour faire face à la crise d'endettement que le pays subissait. Face aux énormes difficultés auxquelles les entreprises publiques étaient confrontées, les pouvoirs publics ont décidé fin 1981 de procéder à leur restructuration. Cette démarche a été suivie par la mise en place l'agence nationale pour la promotion de l'investissement (APSI), qui est une administration publique chargée de l'assistance et de l'encadrement des investisseurs.

Dans le cadre de l'accord d'association conclu entre l'Algérie et l'union européenne et en collaboration avec les institutions de celle dernière, l'état a encouragé la mise en place d'actions de mises à niveau de des entreprises privées aux fins de les préparer et les adapter aux exigences du libre-échange et à son environnement. Ce projet était alors incontestablement considéré comme prolongement des démarches entreprises par l'état en vue de l'adhésion à l'organisation mondiale du commerce (OMC).

Ce processus de mise à niveau ne concernait que les entreprises privées performantes et visait à améliorer leur compétitivité industrielles et leurs performances pour leur permettre

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

d'acquérir les capacités concurrentielles nécessaires à leur positionnement sur le marché international. Ce programme de mise à niveau visait également la modernisation de la gestion, de l'outil de production et des procédés de fabrication à travers :

- La mise en place de systèmes de productions, d'organisation et de gestion conformes aux normes et aux standards internationaux reconnus dans le secteur ;
- Le perfectionnement et le développement des actions de formation du personnel, de marketing, de recherche des marchés en nouant des alliances et avec des partenaires hautement expérimentés.
- La certification qualité.
- Le code institutionnel mis en place ou en cours a permis la naissance de la PME privée, qui malgré les lourdes contraintes et les obstacles auxquelles elle a été confronté, a pu relever le défi et gagner une place importante dans l'économie nationale (Khalil A. , 25,26 ET 27 et octobre 2006)

La situation des PME en Algérie

Principaux obstacles entravant le développement de l'entrepreneuriat en Algérie

En Algérie l'état occupait une place prépondérante dans l'économie du pays alors que le secteur privé beaucoup plus compétitifs était marginalisé et ce n'est qu'à l'apparition de la crise économique et financière difficile née de la chute des cours du pétrole, que les pouvoirs publics ont irrémédiablement admis l'idée que l'implication et la contribution du secteur privé dans l'économie nationale est devenue une nécessité absolue et vitale afin d'assurer le développement économique et atténuer le fardeau des dépenses publiques directement financées alors par la rente pétrolière.

Malgré les bonnes intentions affichées par les pouvoirs publics en la matière, la liberté d'entreprendre est entravée en Algérie par entre autres les fléaux de la bureaucratie et de la corruption, la lourdeur du système fiscal caractérisé par une taxation élevée et le cadre juridique instable.

En effet, le développement du tissu des PME nécessite un environnement stable ou les instituts de l'économie de marché fonctionnent de manière efficace, mais aussi une politique susceptible d'orienter le développement des PME en Algérie. (ISSN, 2018)

2.3. L'environnement institutionnel en Algérie

L'environnement institutionnel dans lequel évolue l'entreprise en Algérie est primordial pour le fonctionnement et le développement des entreprises. Dans ce qui suit, nous tenterons de décrire cet environnement en Algérie en exploitant l'état de mortalité des entreprises en Algérie.

Les abus de position dominante se pratiquent essentiellement du côté des entreprises publiques pour imposer des prix administrés défiants les lois du marché afin décrasser la concurrence. (ISSN, 2018)

Tableau N° 01 : La mortalité des PME privées par secteur d'activité.

Secteur d'activité	2016	2020
Agriculture et pêche	74	95
Hydrocarbures, énergie, mines et services liés	37	32
BTPH	2321	3034
Industrie manufacturière	968	1440
Services	4556	7084
Total	<u>7956</u>	<u>11686</u>

Source : Bulletin d'information statistique n°30, Mai 2017. Ministère de l'énergie et des mines.

Le secteur des « Services » est le plus touché par la mortalité des PME qui a enregistré 7084 PME radiées à la fin de l'année 2016, soit une croissance de près de 50% par rapport à l'année 2015, les activités sont les plus touchés, sont le commerce avec 30% des PME radiées, service aux entreprises et les PME activant dans les transports et la communication.

2.4. La politique concurrentielle

L'Algérie a mis en place un régime de concurrence régit par l'ordonnance 03-03 juillet 2013 qui abroge l'ordonnance N°95-06 du 25 janvier 1995⁵. Ce régime est largement inspiré de la législation européenne de la concurrence et il a pour objectif la protection de la libre concurrence et la garantie de la transparence et la loyauté dans les pratiques commerciales.

Ces dispositions légales encadrent de fait les pratiques commerciales en déterminant des règles strictes contre les pratiques déloyales entre les acteurs économiques dont notamment les entre les PME ; L'abus de position dominante à travers notamment des pratiques déloyales comme

⁵ [L'Algérie sur le chemin des réformes \(senat.fr\)](http://senat.fr)

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

la concertation et l'entente entre opérateurs sur le partage des parts de marchés entre entreprises, la pratique de prix et opérations promotionnelles durables dans le temps sont strictement et totalement proscrits par la loi. De telles pratiques visent à étouffer des concurrents de moindre taille. (ISSN, 2018)

3. L'entrepreneur Algérien

L'entrepreneuriat apparaît comme le produit et le producteur d'une culture (ASSALA, 2007) , non seulement extrêmement productif par ses fonctions économiques, mais aussi porteur d'un mode de codification des conduites, par la façon dont il parvient à faire accepter son rôle social comme une valeur reconnue, en concordance avec le système social traditionnel (HADAD, 1992)

Son comportement ne peut se couper de la structure sociale. En effet, l'action économique est encadrée dans les relations sociales (Sadegh, 1997), des éléments comme l'environnement, la famille, la religion jouent un grand rôle dans la compréhension de la figure de l'entrepreneur (Badraoui, 2004)

L'évolution de l'entrepreneur algérien, dans un environnement arabo musulman le rend nécessairement influencé par les principes de la religion musulmane, concernant d'abord, la perception du travail, le partage des biens, le taux d'intérêt, et l'intérêt de la communauté.

La PME privée en Algérie, se caractérise par la détention du capital par une ou plusieurs personnes, le propriétaire donc occupe plusieurs fonctions puisqu'il est à la fois, le dirigeant, et le détenteur du capital. L'entreprise a un rôle économique qui est perçu dans le rôle social, le travail se fait dans le réseau familial.

Dans de nombreuses sphères de la gestion de leurs entreprises, organisation interne, gestion des salariés, partage des biens et des richesses, les entrepreneurs algériens se situent plus dans une dynamique sociale appartenant à la société, ce qui aboutit à un type spécifique de processus entrepreneurial.

La plupart des études effectuées ont montré que les différentes figures de l'entrepreneur Algérien partagent une même réalité, le réseau social et familial dans la création d'abord et le fonctionnement de l'entreprise. En effet, la création et le développement d'entreprises en Algérie, sont souvent corrélés à l'objectif de créer une cohésion au sein de la famille, du clan, et La prégnance de la préservation des relations familiales et des réseaux sociaux (Madoui, 2004)

Selon les principes de la religion musulmane, l'entreprise doit profiter à la communauté et pas seulement au chef d'entreprise. En effet, la réussite d'un entrepreneur est réelle si son

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

entreprise, et ses activités aide les familles ou la communauté. En Algérie, c'est une honte si un entrepreneur avait de l'argent, et n'en faisait pas profiter un proche dans le besoin, ainsi que le recrutement se fait plus sur des bases relationnelles c'est loin de la logique de compétences et de qualifications. Etude en 2010 effectuée par Tabet Aoul Wassila sur la pratique de GRH en TPE Algérienne, qui montre que le recrutement se fait exclusivement à travers des réseaux clientélistes.

Majoritairement les entrepreneurs recrutent des anciens cadres d'entreprises publiques tomber faillite ou ferme et ce pour gagner du temps et de l'argent pour leur formation.

Le travail dans la religion musulmane est assimilé à la prière. Il ne se résume pas seulement à la création de richesse mais au partage des mêmes objectifs et valeurs, l'esprit d'équipe et d'aide sociale (Gillet m. M., 2004)

La place islamique du travail caractérise la société traditionnelle, où le travail dans sa finalité économique est un investissement effectif et affectif total, lorsqu'il est exécuté au plus près des normes islamiques.

Pour les entrepreneurs algériens, le travail est un combat contre la pauvreté, le chômage, à travers la création d'emplois et de richesse Il procure une fierté. L'entrepreneuriat apporte également des valeurs d'ordre social, ce qui induit l'existence d'une logique de don. Selon Anne Gillet, l'entrepreneur n'a pas besoin de syndicat pour revendiquer les droits des travailleurs au sein de l'entreprise car il existe un pacte moral entre lui et ses ouvriers. C'est un pacte implicite : offre de travail contre paix et respect de la hiérarchie.

D'ailleurs, pour les anciens entrepreneurs gérer leur entreprise est aussi comparable à la gestion de la famille, les ouvriers se réfèrent totalement au patron. En effet, l'entreprise dans un sens est une institution clanique et familiale. A. Henni en 1982 puis BOUYACOUB en 1998, ont souligné le caractère patriarcal du monde de gestion des petites entreprises en Algérie.

4. L'entrepreneuriat en Algérie (femme)

Aujourd'hui l'entrepreneuriat féminin s'avère être vital pour le dynamisme de l'économie algérienne. Ce type particulier d'entreprise permet de générer de la valeur ajoutée susciter la créativité, incite à l'innovation et surtout créer d l'emploi, en outre, même si pour certains chercheurs la nature et la structure de l'entrepreneuriat féminin change d'un pays à un autre et d'une femme a une autre. Une forte relation existe entre l'entrepreneuriat féminin et le développement économique du pays ; cet entrepreneuriat contribue à la croissance économique. A cette effet, les pouvoirs publics algériens ont mis en place des actions ainsi que pris des mesures pour le développement de l'entrepreneuriat féminin (Revue algérienne)

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat féminin définit comme la création et le développement d'entreprise gérée par les femmes qui sont un moyen de création d'emploi et de lutte contre le chômage et l'informel. Il a pris depuis une dizaine d'années une importance croissante dans la plus part des pays industrialisés, mais aussi dans les pays en développement avec souvent pour ces derniers des caractéristiques spécifiques « micro-entreprises ». (Revue d'économie et de statistique appliquée, 2016)

Le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans l'économie algérienne

L'entrepreneuriat féminin est un facteur essentiel pour la création, le fonctionnement et la croissance des entreprises, et la croissance économique (Khalil A. , 2006) ; (Mohamed, 2009) ; (Yassine, 2004) son rôle de créatrice d'emplois et de richesses et de plus en plus en augmentation.

L'entrepreneuriat féminin a remarquablement progressé en Algérie mais reste faible par rapport à la gent masculine (Gillet M. , 2005) toutefois, nul ne peut négliger ou minimiser les efforts consentis par l'état algérien en direction des PME, ces entreprises ont permis aux jeunes femmes de bénéficier de ressources financières considérables dans le cadre des différents dispositifs d'aide à l'emploi ANADE, CNAC, ANGEM, ANDI

De telles politiques ont permis aux entreprises gérées par les femmes d'évoluer d'une manière remarquable. Certes, les entreprises féminines en Algérie demeurent très en retard par rapport à celles existantes dans le monde. En outre, le taux de chômage des femmes est très élevé, particulièrement chez celles diplômées. Le taux de femmes actives est de l'ordre de 14,7% et la proportion de femme dans la population active ne dépasse pas les 17%.

Au Maroc, en Tunisie et dans bien d'autres pays de la région MENA, ce phénomène semble avoir connu une évolution autrement plus favorable qu'en Algérie, ce qui explique le stade avancé de son développement dans ces pays.

5. Les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat en Algérie

Le succès des femmes entrepreneures est considéré comme essentiel pour le progrès économique dans le monde entier. Dans les pays développés. On observe une grande disparité dans les politiques d'encouragement, de support financiers et de mises en œuvre de projet. Par exemple, les États-Unis ont montré la voie à suivre avec des actions volontaristes engagées depuis plus de vingt ans ; aujourd'hui ce pays voit les fruits de leur politique puisqu'il a réussi à atteindre un taux de 48% de femmes entrepreneures. En France, elles représentent 45% des créateurs d'entreprise (INSSE, 2015) et 27% des dirigeants de PME /TPE, ce qui correspond à la moyenne européenne.

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

En Algérie la création des entreprises féminines dépend d'un ensemble de dispositifs publics d'appui à la création des entreprises. Ces derniers ont été élaborés en 1988, dans le cadre de la politique de résorption du chômage initiée par les pouvoirs publics. Aujourd'hui bien que les femmes sont aisément arrivées à occuper de hautes fonctions au sein de l'administration et des institutions publics, peu d'entre elles accèdent au statut de chefs d'entreprises. Ceci montre que les femmes Algériennes préfèrent et optent beaucoup plus pour un travail rémunéré et ont tendance à écarter l'idée de créer leur propre entreprise. Ainsi, on pourrait déduire que l'entrepreneuriat féminin en Algérie est un entrepreneuriat de nécessité, et ce bien qu'elles aient eu accès comme pour les hommes des avantages relatifs à l'emploi, et aux programmes nationaux y'afférent, tels que les mécanismes de soutien à l'emploi de jeunes, le programme de la relance économique, le programme national du développement agricole et le programme de développement rural.

Les programmes d'aides à la création d'entreprise féminines ont été soutenus notamment par des organismes nationaux tels que (ANADE ex ANSEJ) ; la CNAC, et ANGEM dont l'une des missions est d'accompagner tous les projets de femmes porteuses d'idées à travers le soutien financier et la formation.(BESSOUH, 2018)

5.1. L'ANSEJ (Convertie ANADE actuellement)

L'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes a été mise en place en 1996, pour accompagner les jeunes chômeurs à créer leur propre entreprise et éventuellement procéder à des extensions de celles déjà existantes. Dans le cadre d'une reconfiguration globale des dispositifs dédiés à l'emploi des jeunes, les pouvoirs publics ont adopté une nouvelle approche en harmonisant et fusionnant les dispositifs qui étaient en vigueur. Et c'est ainsi que la désormais ex ANSEJ a été fusionnée avec une agence nouvellement créée et dénommée ANADE qui assure les mêmes missions que sa précédente. Il est à noter que cette dernière a également hérité des procédures et conditions d'octroi de crédits qui étaient en vigueur au niveau de l'ex ANSEJ.

En effet, les dispositifs mis en place à travers entre autres par l'ANADE (Ex ANSEJ) dans le cadre de l'emploi de jeunes, s'adressent aux jeunes chômeurs âgés de 19 à 40 ans et ayant un projet d'investissement ne dépassant pas le seuil des 10 millions de DA

L'ANSEJ octroyait au postulant un prêt non rémunéré (sans intérêt) et une bonification sur les taux d'intérêt bancaire (de 100%) pour un crédit de 1 à 2 % du cout total du projet.

L'apport personnel doit être de 71 à 72% dans les autres cas. Par ailleurs, des prêts non rémunérés supplémentaires peuvent être consentis pour des cabinets groupés, véhicules, ateliers ou location du local (Ansej, 2016). Sur la période 2010-2015 (tableau N° 1) 238 856 projets ont

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

été financés, dont plus de 19 000 pour des femmes, soit 8% du nombre total. (BESSOUH, 2018) Tableau N° 02 : Nombres de projets féminins financé par l'ANSEJ

Tableau N° 02 : projets financés par genre et par secteur d'activité (cumul au 30/06/2021)

Secteur d'activité	Projets financés	hommes	Femmes	Taux de féminité (%)
Agriculture	59 365	36 613	2 752	5%
Artisanat	43 419	36 037	7 382	17%
BTPH	35 692	34 845	847	2%
Hydraulique	566	539	27	5%
Industrie	28 855	24 553	4 302	15%
Maintenance	11 077	10 895	182	2%
Pêche	1 133	1 117	16	1%
Profession libérale	12 715	6 805	5 910	46%
Service	109 564	91 268	18 296	17%
Transport de frigorifique	13 390	13 001	389	3%
Transport de marchandises	56 775	56 064	711	1%
Transport de voyageurs	19 017	18 536	481	3%
Total	<u>391 568</u>	<u>350 273</u>	<u>41 295</u>	<u>11%</u>

Source : Anade ex-Ansej 2021

Selon le tableau ci-dessus, le secteur des services, et le secteur le plus attractif pour les porteurs de projets accompagnés par l'ANADE depuis le lancement de ce dispositif (avec 109564 projets) suivi du secteur de l'agriculture avec 59365 projets, puis le secteur de transport de marchandises avec 56775 projets financés.

Le dispositif ANADE a permis, d'accompagner 391568 entrepreneurs hommes contre 41295 entrepreneures femmes soit un taux de féminité global de 11%.

5.2. LA CNAC

Depuis 2004, la caisse national d'assurance chômage (CNAC) est venue compléter le dispositif de L'ANADE (ex-Ansej) en permettant aux chômeurs âgés de 30 à 50 ans, ayant déjà travaillés et perdus leurs emplois, de créer leur propre entreprise ou de procéder à son extension, tout comme l'ANADE. Elle leur consent un prêt non rémunéré (sans intérêt) et une bonification sur le taux intérêt bancaire de (100%) pour un crédit qui ne peut excéder 70% du cout global du projet, Selon le cout de l'investissement et la zone géographique de l'implantation du projet.(BESSOUH, 2018).

Tableau N°03: projets financés par secteur d'activité (cumul au 30/06/2021)

Secteur d'activité	Nombre de projets financés	Part de la femme %	Impact emploi	Total financement (million DA)
Agriculture	26 136	11 ,00%	62 150	10 599 ,01
Artisanat	15 898	22 ,50%	41 291	52 710,49
BTP	8 907	2,60%	28 393	36 882,67
Hydraulique	363	5,20%	1 234	2 558,65
Industrie	12 339	22 ,00%	35 819	58 245,08
Maintenance	984	2 ,10%	2 385	3 125,03
Pêche	521	0,40%	1 876	3 642,95
Prof libérale	1 602	48 ,30%	3 471	7 057,81
Services	31 985	17, 30%	68 063	115 915,82
Transport marchandise	46 123	1,50%	70 053	120 260,26
Transport voyageur	12 275	1 ,20%	18 625	29 279,92
Total	<u>157 33</u>	<u>10,60%</u>	<u>333 360</u>	<u>539 277,66</u>

Source : CNAC 2021

Par secteur d'activité, les activités du transport de marchandise, les services, l'agriculture, l'artisanat, ayant bénéficié de la majorité des projets financés avec près de 85% du total. Et pour les femmes entrepreneures 48,30% pour l'activité libérale et 17,30% sans le secteur des services.

5.3. L'ANGEM

L'agence nationale de gestion du microcrédit est un mécanisme différent de l'Ansej et de la CNAC. Créé en 2005, elle est placée sous la tutelle du ministère de la solidarité national, de la famille et de la condition de la femme pour remplacer l'agence de développement social (ADS) qui était également sous la même tutelle. Cette agence s'occupe beaucoup plus de la création d'entreprises dans le cadre d'un dispositif dit d'auto emploi par la promotion des petits métiers.

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

Elle encourage notamment le développement d'activité rémunératrice a domicile à travers le microcrédit dont le montant ne doit pas dépasser 1000,000 DA

Ce dispositif permet aux bénéficiaires d'acquérir un petit équipement et des matières premières pour travailler à domicile. Le produit dégagé par l'activité financera le réapprovisionnement en matières premières et éventuellement l'expansion de l'activité.et pérenniser ainsi l'activité et la source de revenus (ANGEM ,2016)

En finalité, l'ANGEM reste indéniablement le dispositif qui a contribué le plus à la création des TPE féminines.

Tableau N°04 : crédit actroyés par genres (cumul au 30/06/2021)

Genre	Nombre	Part%
Femme	602205	63 ,59%
Homme	344880	36,41%

Source : ANGEM 2021

5.3.1. Les caractéristiques de l'ANGEM par rapport aux autres dispositifs

ANGEM des prêts sans intérêt pour les femmes au foyer

Les femmes au foyer ainsi que les chômeurs auront la possibilité de bénéficier de microcrédits sans intérêt, afin de démarrer une activité dans un domaine précis.

C'est du moins ce qu'a annoncé l'agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM) qui a néanmoins fixé certaines conditions préalables à l'accès à son dispositif d'aide.

Ces microcrédits seront octroyés selon les mécanismes de financement proposés, l'agence garantit à ce titre, une assistance technique et accompagnement gratuit des entrepreneurs dès la mise en œuvre de leur activité.

L'ANGEM en validant un dossier, donne implicitement son aval pour la mise en route d'un projet. Ainsi, un « Prêt bancaire sans intérêt » sera accordé aux bénéficiaire, impliquant éventuellement une avance également « sans intérêt » équivalente à 29% du montant total du crédit accordé dans le cadre du triple financement, pour l'acquisition du petit matériel et des matières premières indispensables au démarrage de l'activité souhaitée.

La même source précise que le financement en question ne doit pas excéder le 1 000 000 de dinars, et que l'ANGEM s'engage à accorder une avance de l'ordre de 100% du coût global d'approvisionnement en matières premières. Il est toutes fois à signaler que dans ce cas, le plafond est fixé à 100 000 DA, mais il peut atteindre dans certains cas, les 250 000 DA.

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

En termes de conditions d'accès et d'éligibilité à un microcrédit pour les femmes au foyer et les sans-emplois, l'ANGEM pose les critères de l'âge fixé à 18 ans et plus, de l'inexistence de source de revenus stable ou une rentrée d'argent au profit du postulant. Il est également nécessaire, souligne l'agence, de présenter un certificat de résidence, le bénéficiaire est également tenu de démontrer une compétence professionnelle qui prouve qu'elle est compatible avec le projet qu'il a initié, comme il est aussi important, relève l'ANGEM que le postulant n'ait souscrit aux différents dispositifs d'emplois initiés par l'état.

Ces conditions d'éligibilité simplifiée faciles à remplir par les femmes au foyer, ont permis à un bon nombre d'entre elles d'accéder au droit de concrétiser un projet et de monter une affaire. C'est pour cela que les femmes préfèrent beaucoup plus de recourir à la formule ANGEM que les autres dispositifs d'aide et d'accompagnement.

Convention entre l'ANADE et l'ANGEM pour la création d'un guichet numérique unifié :

Alger-une convention de coopération et de partenariat a été signée entre l'agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE) et l'agence nationale du microcrédit (ANGEM) prévoyant la création d'un guichet numérique unifié pour les porteurs de projets en vue de simplifier les démarche administratives et leur assurer un meilleur accompagnement dans la concrétisation de leurs projets. (APS, 2022)

Conclusion

Nous pouvons ainsi affirmer que :

Le phénomène de l'entrepreneuriat est un moteur de l'économie et de sa croissance à travers la création de richesse et surtout de l'emploi par l'effet de l'action d'entreprendre. L'entrepreneuriat ainsi traité et développé par la présente étude est celui de la gent féminine.

La femme a conquis avec grande fierté le monde des affaires tout en étant en quête particulièrement d'autonomie, d'indépendance et une ferme volonté d'accéder à un rang social et économique importants susceptibles de satisfaire ses besoins.

Le rôle de l'entrepreneuriat est indispensable dans l'évolution du système économique libéral. Celui-ci basé sur l'économie où l'entrepreneur est défini comme le créateur par excellence de l'innovation et de la richesse qu'il crée aussi bien pour lui-même que pour la société (Paiement d'impôts, création d'emploi, contribution au PIB...).

L'accès au statut d'entrepreneur est induit par une multitude de factures qui interviennent par une simple volonté personnelle ancienne murement réfléchi ou récente, un conseil et une

Chapitre I : Aperçus historique sur l'entrepreneuriat

assistance de proches, des incitations de dispositifs attractifs mis en place par les pouvoirs publics dans le cadre de la promotion de l'entrepreneuriat et de l'emploi.

L'entrepreneuriat en Algérie est désormais considéré par les pouvoirs publics comme seul moyen à même de booster l'économie nationale et sa croissance pour atténuer la problématique de la dépendance de celle-ci des hydrocarbures. Et c'est à ce titre que les dispositifs mis en place dans le cadre de la promotion de l'entrepreneuriat sont constamment ajustés aux fins de permettre de lever les obstacles auxquels sont confrontées les entreprises nouvellement créées. L'accompagnement de celles-ci par les pouvoirs publics à travers des mesures exceptionnelles d'urgence est un gage de garantie de l'existence d'une volonté politique et économique qui se veut pérenne.

En effet, après la période du monopole du secteur public (1962-1982), suivi d'une timide libéralisation de l'économie nationale (1983-1999), l'Algérie s'est engagée dans l'économie de marché de manière irréversible en associant le secteur privé à son développement. Et c'est dans ce cadre que l'entrepreneuriat féminin est appelé à se développer et s'imposer quelques soient les obstacles qui pourraient lui être opposés. La proscription par la loi fondamentale du pays de toutes formes de discrimination entre hommes et femmes est un premier gage d'encouragement et de sa réussite.

Chapitre II :
L'entrepreneuriat
féminin

Chapitre II : Entrepreneuriat féminin

Section 1 : Le contexte théorique de l'entrepreneuriat féminin

Investir dans les femmes et sa participation dans le marché du travail est l'un des moyens les plus efficaces pour accroître l'égalité et promouvoir la croissance économique inclusive et durable.

Pour mieux éclaircir le concept de l'entrepreneuriat féminin, il nous a paru intéressant d'approfondir nos recherches afin de l'expliquer par plusieurs définitions, approches, historique d'apparition, motivation, obstacle, puis les mesures gouvernementales dans les différents pays.

1. Définition de l'entrepreneuriat féminin

1.1. Définition de la femme entrepreneurs selon plusieurs auteurs

Pour (Filion, 1997), la femme entrepreneure est « une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise et qui dirige de manière innovante et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés » (Christian, 2006). Lavoie définit la femme entrepreneure comme étant : « La femme qui, seule ou avec des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritages une entreprise, qui assume les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante ». (Lavoie., 2008)

Dans cette définition la femme entrepreneure est donc celle qui a le contrôle et le pouvoir de gestion d'une entreprise nouvelle ou reprise par héritage ou achat.

La femme entrepreneur est vue comme celle en dehors de sa maison, à travers des activités lucratives régulières. Déplace des ressources économiques d'un niveau de productivités et de rendement donne à un niveau supérieur lui permettant au moins de se maintenir mais surtout de se développer sur le plan économique et social. (F, Avril 2013,)

Donc selon (DIF.A, 2010). A dans son ouvrage « L'entrepreneuriat féminin : Cas de la wilaya d'Oran » la femme entrepreneure est considérée comme « une femme passionnée et déterminée qui a choisi de créer son entreprise ou travailler à son compte pour avoir le contrôle sur les décisions, et le temps avec un sentiment de flexibilité, exploiter au maximum ses capacités et ses compétences avec un objectif personnel de se réaliser à travers son projet » (DIF.A, 2010)

On peut ajouter la définition de (F, Avril 2013,) « Une femme entrepreneure se définit comme une femme personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de

salariée dépendant d'un employeur, ... crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesses envisagées ». (F, Avril 2013,) (Cristina, 2007) Définissent la femme comme étant : « La femme qui n'est pas sous contrat de travail salarié mais exerce son activité soit sous le statut d'indépendant (personne physique et/ou profession libérale), soit comme actionnaire d'une société (personne morale) et elle assume les risques, les responsabilités financières, administratives et sociales liées au développement de son activité ». (Cristina, 2007)

Selon BELCOURT, BURKC et Lee GOSSELIN, l'entrepreneure c'est : « Cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise » (KOUNTA, 1997)

A partir de toutes ces définitions, on peut constater une définition de la femme entrepreneure d'abord c'est une femme indépendante très motivée, qui a déjà une idée ou une motivation pour entrer dans le domaine d'entrepreneuriat et entreprendre en créant une nouvelle entreprise ou on reprenant une déjà existante, ce statut pour elle est un challenge personnelle et une façon de prouver ces capacités managériales et ces compétences de gestionnaire en dehors de son asphère domestique.

1.2. Le Mampreneuriat : un nouveau concept dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin

Apparu comme un concept international, dont nombreuses femmes s'approprient à ce concept et se déclarent mampreneurs à partir des années 1990⁶, d'abord au Canada puis aux Etats Unis d'Amérique, à travers le monde.

On ne trouve pas une définition officielle à ce nouveau concept mais selon les praticiens «Les mères qui créent leur entreprise pendant leur grossesse ou après la naissance de leur enfant. Plus largement, il correspond aujourd'hui aux femmes qui se lancent dans la création d'entreprise pour mieux concilier leur vie de mère de famille et leur carrière ».

(Froger, 2010) (MOMOPRENEURS, 2022)

⁶ Ce concept est à l'origine d'une maman canadienne appeler Sarah Wilson qui a perdu son emploi comme hôtesse en 1994 pour se retrouver en chômage en étant maman d'un enfant de 18 mois. Sa pénible et délicate situation l'a aidé à réfléchir à toute idée qui puisse atténuer tant bien que mal sa détresse sociale et qui contribuerait à la faire de sortir de l'impasse dans laquelle elle se trouvait. Elle décide alors de se lancer dans la fabrication d'une paire chaussure en cuir pour son fils. L'aboutissement de cette modeste idée a fait naître depuis la marque ROBEEZ qui a vu le jour. Cette dame créa alors une entreprise qui a connu une croissance extraordinaire jusqu'à en devenir leader international de la chaussure en cuir pour nouveaux nées et enfants de moins de 4 ans d'âge.

Selon (Nel, 2010) traduit de l'Anglais : « Le Mampreneuriat est une nouvelle tendance émergente qui s'insère dans le concept de l'entrepreneuriat dans les entreprises familiales..... et une partie de l'entrepreneuriat féminin ». (Nel, 2010)

Selon (Carrigan, 2012): « Une Mampreneur est une femme entrepreneur qui démarre une entreprise afin de pouvoir à la fois travailler et s'occuper de son jeune enfant ». (Carrigan, 2012)

Pour l'association dites Mampreneurs : « Etre une Mampreneur, une maman chef d'entreprise, est avant tout un état d'esprit. Actrices à part entière du monde économique, et selon leur autre définition elles ont fait le choix de se mettre à leurs compte ou de créer leur entreprise pour gagner en liberté, et surtout, trouver un équilibre entre leurs vies personnelle et professionnelle». ⁷

2. L'entrepreneuriat au féminin : Approche du genre

La féminisation de l'entrepreneuriat est née avec l'apparition de la théorie du genre.

Tout d'abord : « La notion du genre renvoie aux constructions sociales et culturelles du féminin et du masculin, des rôles respectifs de l'un et de l'autre sexe, des compétences attribués aux hommes et femmes qui se construisent autour des différences biologiques des femmes et des hommes. » (CONSTANTINDIS, 2007) Et selon la FAO c'est l'ensemble de « différentes opportunités offertes aux hommes et aux femmes, les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux ».

C'est à dire que c'est l'égalité entre eux qui est un composant fondamental du processus de développement de la société, aboutissant à l'élaboration et à la définition des politiques, des programmes et des projets des organismes internationaux et nationaux.

Pour expliciter cette approche, nous aborderons en premier lieu l'historique et par la suite les principaux modèles fondamentaux de l'approche de genre.

3. Historique (R, 2006) (FAO)⁸

Avant les années 60, dans la majorité des pays, les femmes étaient isolées de la sphère économique du fait qu'elles étaient considérées socialement et juridiquement incapables d'administrer et de gérer leurs biens personnels.

⁷ www.les-mompreneurs.com/presentation/notre-histoire/id-menu-17.html consulté le 12 avril 2022

⁸ www.fao.org consulté le 12 avril 2022

Ainsi, l'administration des affaires et la propriété commerciale leurs étaient légalement interdites et pour accéder aux mondes des affaires elles se devaient de contourner cette contrainte légale en en solliciter leur père ou leurs conjoints pour ce faire.

A partir des années 1970, les bouleversements socio-culturels planétaires ont progressivement fait reculer cet injuste pratique pour provoquer enfin son abolition dans la majorité des pays. L'inlassable et honorable lutte menée par les femmes dans ce cadre, lui ont permis d'investir tous les domaines de la vie.

Cela a mis un terme à la dominance de l'approche de bien être de FED. Selon laquelle la femme est considérée comme étant une bénéficiaire passive de l'aide et non une actrice du développement. Cette approche est basée sur le rôle reproductif des femmes épouses, mères, ménagère et sur l'allégeance des activités dans le cadre de leurs rôles sociaux.

Elle se repose sur l'acte de participation des femmes dans le processus du développement et par cela elles peuvent être bénéficiaires dans les programmes.

Entre 1985 et 1995 une approche dite GED genre et développement est apparue. Elle se concentre sur les rapports sociaux et les rapports entre hommes et femmes, qui jouent un rôle très important dans l'approche genre

On parle ici de l'égalité et de l'élimination de tout type de discrimination. Ces deux conditions sine qua non sont nécessaires pour le développement social et économique harmonieux de toute nation. Elles ont également pour finalité d'induire le changement et le développement des attitudes des femmes en vue de favoriser leurs habilitation à une émancipation de même niveau que celle de la gente féminine.

4. Les modèles fondateurs de l'approche genre

4.1.Le modèle de Laccase (1990)

L'objet de ce modèle est de comprendre l'émergence de la petite entreprise et principalement, en se basant sur l'avènement entrepreneurial de SHAPERO et SOKOL, qui est bâti sur quatre formes principales comme : la création d'entreprise, l'acquisition d'une entreprise existante, l'accession à la propriété d'une entreprise sur invitation et, enfin, l'accession à la propriété d'une entreprise familiale par héritage (succession) (Saleh, 2011)

Il a ainsi fait une identification selon quelques aspects et traits de l'entrepreneur potentiel en matière d'attitude, d'idéologie dans le domaine des affaires, de tentative de maîtrise du destin et des intuitions ressenties ainsi que son environnement à travers trois variables. Celles d'ordre

sociologiques à travers le contexte familial, relatives au milieu scolaire et de travail et enfin celles environnementales étendus aussi bien au périmètre local qu'international.

Toutes ces variables favorisent selon LACASSE, l'apparition d'une culture entrepreneuriale qui pousse l'entrepreneur à s'orienter dans différents domaines d'affaires.

Les variables de situation sont réparties en deux formes :

- Les événements, négatifs ou positifs.
- Les événements liés à l'accessibilité aux ressources dans ce qui concerne les matières premières, la main d'œuvre qualifiée, la technologie, accès aux marchés, le capital-risque, l'aide et le soutien de l'état. (Carrier, Julien, & Menvielle, 2006)

4.2.Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich

Dans un cadre professionnel et familial différent de celui des pays de l'OCDE, ces trois auteurs ont étudié dans leur modèle, les variables individuels qui agissent sur la performance des femmes entrepreneures. Comme: (Carrier, Julien, & Menvielle, 2006)

La motivation et la ferme volonté de réussir et d'acquérir une forme d'indépendance pour une femme est principalement et objectivement due à des nécessités économiques. La théorie de l'apprentissage social (Père entrepreneur, situation économique vécue pendant l'enfance). L'affiliation à des réseaux et en particulier à des réseaux féminins

Le capital humain : l'ensemble des connaissances atténués comme le niveau et le domaine d'enseignement, l'ancien poste occupé, l'expérience entrepreneuriale ou l'expérience dans le secteur de l'industrie, l'ancienne localisation, les compétences managériales.

Les facteurs environnementaux comme le secteur d'activité et les sources de financement.

4.3.Le modèle de Hisrich et Brush

Suite à l'insuffisance des modèles précédents **Hisrich et Brush** se sont basé sur les facteurs influençant la performance des femmes entrepreneures. (Carrier, Julien, & Menvielle, 2006). À travers, les traits individuels par le niveau d'enseignement, l'expérience de l'entrepreneur et les informations propres de nature démographique. L'environnement industriel déterminé par des variables de régulations et des forces industrielles en présence, les stratégies et politiques utilisées, ont été conçus par rapport aux coûts, au service apporté au client, à l'innovation et au niveau de qualité atteint, les critères des affaires traitées déterminées par la taille et la durée de l'affaire, les ressources financières et humaines (Saleh, 2011)

4.4. Le modèle de Shabi et Di Gregorio

Selon (Carrier, Julien, & Menvielle, 2006) le modèle de **Shabi et Di Gregorio** a étudié les finalités individuelles des femmes comme le lancement d'affaires. Ils ont ainsi essayé d'illustrer les variables structurales qui agissent sur la création d'une entreprise. L'aspect central de ces finalités personnelles s'appuie sur la réalité de ce que le fonctionnement de l'affaire peut apporter. Pour eux, si les femmes ont le sentiment d'être bien impliquées dans le processus de mise en place de leur projet, leur conception et leur vision des avantages que l'entreprise pourrait leur apporter en matière de réalisation de leurs objectifs personnels, sont perçues comme réalisables

4.5. Le modèle de Guyot et al :

Guyot et al (2004) ont élaboré un apport théorique utile et efficace qui permet d'expliquer et d'analyser la réalité de l'entrepreneuriat féminin entre motivation et obstacle. Les résultats indiquent que les contraintes rencontrées par les personnes créatrices ne se limitent pas aux facteurs d'ordre institutionnel mais dépendent aussi de l'accès aux ressources financières. D'autre part, elles démontrent l'effet spécifique du genre en tant que frein et aussi les spécificités et les sensibilités des freins selon le genre. (Carrier, Julien, & Menvielle, 2006)

En conclusion « cet assemblage de modèles permet de mieux comprendre la réalité de l'entrepreneuriat féminin à travers des considérations d'ordre social, psychologique, économique et contextuel » (Saleh, 2011)

5. Les motivations et les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneurs

5.1. Les motivations des femmes entrepreneurs

5.1.1. Selon les études des auteurs

Parmi les théories qui ont tenté d'expliquer le phénomène entrepreneurial, l'école des caractéristiques psychologiques permet de mieux comprendre cette idée. D'un point de vue général, la motivation est une force qui nous conduit vers une action (Olson P., 1984)

Parmi les études qui ont tenté plus spécifiquement d'établir des distinctions entre les motivations des hommes et des femmes, il y'a celles de (Cadieux, 2005) (Sundin, 1989) et (Kaplan, 1988). Elles suggèrent que les femmes qui gèrent des petites entreprises ont tendance à accorder une importance comparable aux objectifs sociaux et à ceux économiques, alors que les hommes entrepreneurs privilégient souvent les objectifs économiques. (Koreen, 2000) Classifie les femmes entrepreneurs, suivant leurs motivations, en trois catégories :

- Les femmes entrepreneurs « par nécessité » qui ont créé une société afin d'échapper au chômage. Celles-ci sont caractérisées par un niveau d'expérience limitée.

- Les femmes entrepreneurs « par choix ». Celles-ci sont caractérisées par un niveau d'expérience professionnel élevé. L'entrepreneuriat est donc, pour elles, une ouverture pour continuer à progresser et mettre à profit leurs compétences spécifiques.
- Les femmes désireuses de concilier vie familiale et vie professionnelle. Ces femmes veulent, poursuivre leurs objectifs de carrière tout en conservant une certaine liberté pour assumer leurs vies de famille. En effet, diverses raisons peuvent expliquer l'engagement entrepreneurial des femmes. Il s'agit entre autres du désir d'indépendance qui se manifeste particulièrement chez les femmes qui étaient salariées auparavant. Parfois, certaines ont quitté de manière volontaire leur emploi pour se lancer dans les affaires.

Dans ce cas, l'entrepreneuriat est en quelque sorte une deuxième carrière dans la trajectoire des femmes entrepreneurs. Le motif d'autonomie vis-à-vis du mari ou même de la famille est également considéré comme une importante motivation dans la perspective d'entreprendre.

De même, la volonté de survie constitue aussi un objectif essentiel dans ce domaine essentiellement pour les femmes qui ont abandonné l'école de manière précoce ou en cas de difficultés imprévues : veuvage, divorce... Cet entrepreneuriat de survie est extrêmement important dans les pays en développement dans lesquels la protection sociale n'existe pas pour une grande partie de la population féminine. Ainsi, la création la création d'entreprise pourrait être choisie ou subie. Selon cette optique, elle peut être déclenchée par la présence d'une opportunité d'affaires, ou par un besoin de subsistance face à l'absence de travail (Gabarret I., 2012) Pour (Shapiro A., 1982) l'action d'entreprendre est liée à des déplacements.

Les déplacements qui déclenchent le processus de formation peuvent présenter des aspects positifs, ou négatifs, imposés de l'extérieur ou simplement perçus de l'intérieur. Cette vision de la création entrepreneuriale est présentée par (Bhola R., 2006) comme pouvant être dictée par deux types de motivations les motivations push ou les motivations pull.

5.1.2. Les motivations « Push » ou entrepreneuriat de nécessité

Dans un environnement de chômage et de discrimination la création d'entreprise demeure un moyen de se trouver un emploi. Désormais, l'entrepreneuriat de nécessité découle d'une réaction défensive face à l'état du marché du travail et/ou difficultés personnelles de l'entrepreneur. Par contraste, à leurs homologues des pays développés, les femmes généralement dans les pays en voie de développement se lancent habituellement en affaires par nécessité économique ou pour survivre, ou faute d'avenues leur permettant de faire une utilisation productive de leur énergie. Ainsi, Le désir de se créer un emploi permettant d'équilibrer travail et

famille est également souvent cité dans les recherches sur les femmes entrepreneures comme raison pour lancer leur propre entreprise (Birley, 1989)

5.1.3. Les motivations « pull » ou entrepreneuriat par attraction

Ils influencent le système de valeurs des individus et par là même, leurs perceptions de désirabilité. Les expériences antérieures, les échecs dans des aventures entrepreneuriales sont des facteurs qui renforcent les perceptions de désirabilité. Les créations par attraction « pull » regroupent plutôt des besoins d'indépendance et d'autonomie, d'accomplissement personnel, de défi et la possibilité de gains financiers plus importants (Tounes, 2003) Les obstacles des femmes entrepreneures

5.1.4. Les stéréotypes de genre l'origine des freins et des obstacles de l'entrepreneuriat féminin

Les travaux réalisés par Brush, Greene, Carter, Gatewood et Hart Candida Brush, Nancy M. Carter, Elizabeth Gatewood, Patricia Greene, Myra Hart, 2001, « The Diana project: Women business owners and equity capital: the myths dispelled, Kansas City, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership

En 1980 aux Etats-Unis Aude d'Andria et Inès Gabarret ont mentionné dans leurs recherches que l'entrepreneuriat est perçu comme étant une affaire d'hommes et que des « préjugés conscients ou inconscients mais bien enracinés demeurent » (Aude d'Andria, 2016)

L'OCDE et la Commission Européenne s'intéressent aux différences qui existent. Ils suggèrent que les freins et les obstacles sont différents pour les deux sexes pour plusieurs raisons. Les différences ci-après ont ainsi été identifiées surtout axée sur la gente féminines :

- La faible incitation et initiation des femmes à l'entrepreneuriat féminin tout au long de leur scolarité a en quelque sorte consolidé chez elles l'idée construite sur des représentations sexuées. Le manque d'information a également contribué à creuser entre les deux sexes un grand écart sur la culture d'entrepreneuriat. Selon l'OCDE et la commission européenne (Européenne, 2017)
- Les qualités requises pour créer une entreprise entre autres, l'audace, l'innovation, le goût du risque,..... Etc. Socialement considérées comme masculines par excellence, limitent l'appétence professionnelle des femmes, voire alimentent des logiques d'autocensure qui vient de l'autocensure sociale voir des valeurs et des normes culturelles conduisant la femme à remettre en questions sa détermination à entreprendre.

- Un frein psychologique qui accable ses motivations à travers le manque de confiance en soi, hésitation ainsi que la peur de l'échec à entreprendre préalablement à la création de sa propre activité demeurent chez certaines femmes malgré quelles déclaraient posséder les compétences, les connaissances et l'expérience nécessaires pour créer une entreprise mais elles évitent de prendre de grands risques et de responsabilités elles préfèrent d'être salariées
- Certaines études relèvent que les femmes rencontrent davantage d'obstacles que leurs homologues masculins quant à l'accès aux financements (Prêt bancaire).

Des difficultés supplémentaires qui s'expliquent par les secteurs d'activité dans lesquels se positionnent les femmes, considérés comme « plus marginaux », leurs créations de micro et petite entreprise sont potentiellement moins porteuses, mais aussi par des « préjugés sexistes dans le processus d'octroi d'un emprunt ».

Du côté de la collecte d'informations et du montage des dossiers, les femmes se posent plus de questions que les hommes. Là encore, les facteurs éducatifs et culturels entrent en ligne de compte mais cette tendance est renforcée par des caractéristiques économiques qui entravent la solvabilité des entrepreneuses qui semblent éprouver un certain découragement face aux démarches administratives nécessaires et à la lourdeur des procédures permettant d'obtenir un financement. Bien entendu, le business plan présenté par les femmes ne paraît « pas assez solide », dans le sens où, les femmes faisant davantage part de leurs doutes que les hommes face aux banquiers, leurs dossiers apparaîtraient de ce fait plus fragiles (Européenne, 2017)

Les projets de création d'activité des femmes relèvent plus souvent de secteurs d'activité très concurrentiels « avec un taux de pérennité plus faible (...) qui contribue aux difficultés rencontrées par les femmes pour mobiliser les outils financiers »⁹

Des obstacles d'ordre socioculturelle impactant la psychologie de la femme

Les stéréotypes et rôles sociaux des hommes et des femmes sont, encore très répandus (de façon explicite ou implicite) dans la société. L'émulation en entrepreneuriat ne fait pas partie des valeurs transmises dans l'éducation des filles ; de ce fait, la grande majorité des femmes ne s'intéresse pas à l'entrepreneuriat. Les valeurs traditionnellement transmises aux jeunes filles sont plus éloignées de la prise de risque que celles transmises aux garçons. Également la peur de perdre une certaine féminité en accédant au statut d'entrepreneuse car longtemps ce statut était dominé par les hommes. Dans le cadre culturel traditionnel le schéma où la responsabilité, le travail,

⁹ <https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2016/09/7-engagements-des-reseaux-en-faveur-des-femmes-entrepreneuses.pdf> consulté le 12 mai 2022

le patronage est considéré comme la principale caractéristique de l'homme qui a et qui assume en premier lieu et en même temps un statut de chef de famille.

5.1.5. Autres obstacles spécifiques au monde arabe

Être entrepreneure femme est l'aboutissement d'une lutte menée à l'encontre de certaines résistances d'ordre socioculturelles surtout qui véhiculent une fausse image de la femme pour la maintenir dans l'état de soumission totale tout en lui faisant admettre son incapacité naturelle et biologique d'accéder aux activités économiques traditionnellement réservés aux hommes.

L'influence des femmes dans la sphère économique ne date pas des temps récents, à travers l'histoire lointaine il existait des femmes exceptionnelles qui avaient assumé les charges des affaires de commerce, entre autres chez les musulmans.

Décidemment la religion musulmane a accordé les mêmes droits en traitant à pied d'égalité les hommes et les femmes. En effet, l'islam a donné à la femme les pleins droits de travailler et d'exercer même des activités commerciales.

A ce titre les chercheurs spécialiste dans l'étude de l'entrepreneuriat féminin. Considèrent le contexte socioculturel comme étant une barrière socioculturelle.

Selon (Robert Paturel, 2006) les facteurs environnementaux tels que les normes sociales, les coutumes qui diffèrent d'un pays à un autre sont défini comme suit :

Les normes sociales qui sont les coutumes, le regard de la société arabo musulmanes à l'égard de l'entrepreneuriat féminin, les modèles présent dans la famille ,les proches et amis comme étant être salariées dans le domaine d'enseignement, la fonction publique ,médecine ou bien dans l'artisanat.

Les convictions traditionnelles et la transformation religieuse des pays un problème qui pèse lourd sur le sujet de l'entrepreneuriat féminin tel que :

En cas ou le revenu familial est suffisant la femme ne doit pas travailler c'est une certaine censure sociale, les rumeurs liées au rôles de la femme entrepreneure au sein de la famille ou en dehors c'est comme un affaiblissement de l'autorité masculine, intolérance envers certains métiers et professions exercés par des femmes, la présence dans la communautés des chefs d'Enterprise des réunions, des séminaires des marche de travail masculine exclusivement dans le monde des affaires de construction, industrie, d'exportation et d'importation....

La non prise aux sérieux des femmes en tant que chefs d'entreprise ou entrepreneurs à son compte, la nécessité d'obtention de la permission par sa famille père frère oncle parfois toute la

famille ou le mari pour les femmes mariées pour les déplacements hors de sa région et parfois à l'étranger ou une permission sur les contrats commercial ou lors de détenir une opportunité affaires.

Le non accès des femmes a héritage dans certains cas et certains pays arabe, sa part revient à son frère selon la culture des sociétés les femmes ne peuvent pas gérer des biens donc elle est incapable de gérer son propre argent ainsi que si elle veut entreprendre et générer des profits considérables.

Le concept plafond de verre qui est un frein invisible à la promotion des femmes dans la structure hiérarchique professionnelle, constitue un obstacle pour l'évolution de leurs carrières.

Selon le constat fait par la vice-présidente du conseils national économique et social et environnemental CNESE, Hasna Amina Messaid , les facteurs familiaux et social et d'autres liées au milieu social et dans la culture dans elles évoluent, ont pour conséquence que les femmes ont des faibles opportunités d'accéder aux mêmes postes que les hommes, et aux marche de travail.¹⁰

6. Le rôle de la femme entrepreneur tant qu'agent économique

6.1.La femme entrepreneur un moteur économique

Selon une déclaration faite par la vice-présidente de la banque mondiale pour la région de moyen orient et l'Afrique du nord Daniela Gressani « Les entreprises sous le contrôle des femmes sont aussi bien établies et aussi avancées que celles de leurs homologues masculins » et, «Qu'il est évident que les femmes chefs d'entreprises jouent un rôle bien plus important dans les économies des régions qu'on ne le pensait auparavant ». ¹¹ On perçoit ainsi l'importance de la place qu'occupent les femmes dans le processus de développement des nations, dans leur rôle de moteur de croissance des nations.

6.2.La femme entrepreneure contribue à l'investissement et la diversification

Selon la conseillère senior auprès de la banque mondiale Nadeah Chamilo¹² « Dans le contexte d'un climat favorable pour l'investissement, elles ont plus de chances de monter une affaire

¹⁰ [L'accès au travail et aux postes de responsabilité leur est plus difficile que les hommes : Femmes au travail, le plafond de verre - REPORTERS ALGERIE](#) consulté le 05 juin 2022

¹¹ [Région MENA : les femmes chefs d'entreprises contribuent à la croissance, selon un rapport de la Banque Mondiale | Webmanagercenter](#) consulté le 05 juin 2022

¹² [Région MENA : les femmes chefs d'entreprises contribuent à la croissance, selon un rapport de la Banque Mondiale | Webmanagercenter](#) consulté le 05 juin 2022

au niveau de secteur formel, ce qui peut contribuer à renforcer la concurrence et à diversifier les économies de la région ».

6.3. La femme entrepreneure une actrice d'un développement social et économique

La femme est incontestablement considérée comme un acteur social et économique d'importance de par sa capacité :

- A transformer son contexte familial, social et économique à travers sa détermination à lutter sans relâche pour son émancipation et à aspirer à l'égalité.
- D'intégration dans le monde professionnel à travers lequel elle aura l'opportunité de changer les mentalités et les schèmes sociaux par le dialogue à travers la sensibilisation sur le travail de la femme et son rôle dans la société.

6.4. La femme entrepreneur l'origine de la concurrence et compétitives (Redien-Collot, 2006)

L'intégration de la femme dans divers secteurs d'activités et la féminisation des emplois masculins a engendré une dynamique compétitive et concurrentielle. Ainsi, la femme a pu par ses compétences et sa persévérance conquérir des domaines réputés être par le passé une chasse gardée de la gent masculine. Les résultats très probants qu'elles ont ainsi enregistrés dans ce nouveau cadre de leur évolution les ont hissées à un haut niveau de considération.

6.5. Sur le plan économique la femme entrepreneur actrice d'innovation

La femme entrepreneure ou l'entrepreneuriat féminin en général constitue un moteur de croissance déterminant et non négligeable pour un pays, car la femme a prouvé sa capacité de déceler des niches et opportunités de marchés à haut potentiel. (Redien-Collot, 2006)

6.6. La femme entrepreneur créatrices d'emplois

Selon la vice-présidente du comité des comptes internationaux et vice-présidente des marchés internationaux chez le cabinet d'audit de conseil Ernest & Young (2018) « Il existe des signes montrant que les femmes entrepreneures sont en train de devenir les principaux créateurs d'emplois »¹³

Selon également un sondage mondial publié en juin 2018, les femmes entrepreneures créent plus d'emplois et embauchent davantage de travailleurs que les entrepreneurs hommes.

¹³ <https://www.terrafemina.com/Les-femmes-entrepreneures-championnes-de-la-creation-d-emplois-Terrafemina> consulté le 06 juin 2022

Section 2 : L'entrepreneuriat féminin dans le monde et en Algérie

Introduction

Aujourd'hui le monde et plusieurs pays sont conscients de l'impact jouer par l'entrepreneuriat féminin et sa contribution au développement économique et social des nations.

De ce fait nombreux pays ont pris des mesures et instaurer des lois et mis en place des programmes destinés spécifiquement aux femmes afin de favoriser l'entrepreneuriat féminin

Dans cette section nous allons voir tous les programmes et les mesures gouvernementaux a travers le monde notamment en Afrique et en Algérie.

1. L'entrepreneuriat féminin dans le monde

Les politiques mises en œuvre dans à travers le monde pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin :

1.1. Les deux pays précurseurs dans la promotion de l'entrepreneuriat Féminin

Les Etats Unis d'Amérique et le Canada qui ont axé leurs économies respectives sur l'innovation, ont été les pionniers et les précurseurs en matière de promotion de l'entrepreneuriat. et le Canada. Un grand nombre de pays entre autres ceux de l'union européenne s'en sont inspirés pour mettre en œuvre des mesures dans ce cadre.

Des études comparatives ont été réalisées en particulier par l'Observatoire Fiducial de l'entrepreneuriat féminin en janvier 2006, par le WES (Réseau européen de promotion de l'entrepreneuriat féminin) successivement en 2004, 2006 et 2007 et enfin par l'APCE qui a dressé en 2007 un panorama de l'entrepreneuriat féminin dans différents pays industrialisés.

➤ Les Etats-Unis

Ils ont défini et mis en place une politique adaptée à l'effet de favoriser de manière efficace et durable l'entrepreneuriat féminin. Cette politique s'est illustrée par la prise d'initiatives judicieuses, entre autres :

- Elaboration d'un programme de recensement statistique prenant en compte le genre de l'entrepreneur dès 1972 ;

- La création en 1974 d'un groupe de travail interdépartemental (Interministériel), avec publication de ses conclusions sous forme d'un rapport traitant des difficultés rencontrées par les femmes;
- La promulgation, en 1974, d'une loi « The Equal Credit Opportunity Act » interdisant la discrimination sur la base du genre dans les attributions de crédits par les banques ;
- La création, en 1975, à l'initiative de quelques femmes entrepreneures de la « National association of women business owners » (NAWBO) qui fait aujourd'hui partie du réseau mondial des Femmes chefs d'entreprises (FCEM) ;

Ces mouvements convergents conduisirent le Président Jimmy CARTER à émettre en 1979 un «Executive order » définissant une politique nationale et un programme ambitieux en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Celui-ci souligne que des actions positives « Affirmative actions » doivent être prises pour atteindre cet objectif.

A cet effet, la « Small business administration » (SBA), créée en 1953 et dont le but était de favoriser l'égalité des chances entre petites et grandes entreprises, s'est dotée d'une section spéciale dédiée aux entrepreneures femmes et dénommée « Office of women's business ownership » (OWBO).

L'OWBO a notamment développé un réseau de plus de 200 centres locaux pour l'entrepreneuriat féminin.

Cette panoplie de mesures et initiatives incitatives a été complétée par la création en 1989 d'un Centre de recherche sur l'entrepreneuriat au féminin « Center for women's business research ».

Cet organisme a joué un rôle important pour améliorer la connaissance et la reconnaissance des femmes qui entreprennent. Il travaille en étroite collaboration avec la SBA et les organismes fédéraux de statistiques et il est parrainé par plusieurs grandes entreprises d'envergure relevant de divers secteurs d'activités (banques, informatique, etc.).

On notera que les efforts conjugués des mesures spécifiques concernant les entrepreneures et les petites entreprises ont doublement favorisé les femmes. En tout état de cause, cette politique volontariste a porté ses fruits puisque le taux d'entrepreneuriat féminin aux États-Unis s'élevait en 2004 à 48 %. L'observatoire Fiducial de l'entrepreneuriat féminin, dans son dernier rapport consacré au sujet en janvier 2006, note qu'un développement important de l'entrepreneuriat féminin a été induit par la politique américaine, tout en mentionnant la persistance d'un certain nombre d'obstacles qui se résument succinctement :

- Problèmes de financement ;
- Problèmes de reconnaissance : sentiment de ne pas être prise au sérieux dans le monde des affaires ; -
- Problèmes de l'accès aux marchés. En revanche, les femmes entrepreneures, tout en conservant une forte position dans le secteur des services, investissent maintenant dans d'autres secteurs moins traditionnels tels que la construction ou l'industrie. Et les réseaux d'affaires de l'entrepreneuriat féminin se développent de plus en plus largement.

On a également de nouveaux programmes récents :

Le Programme régional pour la Promotion de l'Entrepreneuriat féminin en Amérique centrale dont sa période d'exécution (**mai 2021- mai 2025**)¹⁴

Consiste à contribuer à la création d'un contexte régional propice à la participation équitable des femmes au tissu économique de la région du Système d'Intégration Centraméricain (SICA) dans un environnement institutionnel qui favorise leur autonomie économique. Cet objectif sera atteint, entre autres, à condition que « les femmes entrepreneures desservies par l'écosystème de développement entrepreneurial des Micro, Petites et Moyennes Entreprises, augmentent leurs activités et leur niveau d'autonomie économique, grâce aux services de développement des entreprises publiques et privées qui leur sont offerts par l'écosystème régional articulé.

➤ **Le Canada :**

Le Canada figure aussi parmi les pays où le niveau de l'entrepreneuriat féminin est élevé,

Le soutien des banques canadiennes pour le développement de l'entrepreneuriat féminin mérite d'être souligné. Le rapport de l'Observatoire Fiducial de janvier 2006 cite notamment

- La Banque de développement du Canada qui propose des financements spécifiques pour l'entrepreneuriat féminin. Cette banque a d'ailleurs contribué à la réalisation d'un rapport (mai 2004) préparé par la Fondation canadienne pour les femmes entrepreneures recensant les meilleures pratiques mises en œuvre ;
- La Banque royale du Canada qui, outre des financements réservés, a créé une section entièrement dédiée aux femmes chefs d'entreprise.

Enfin, selon une étude de l'Institut de la PME de Montréal, les entreprises détenues ou dirigées par des femmes sont tout aussi rentables, saines et durables que celles de l'autre genre.

¹⁴ [LuxDev - MAE/019](#) consulté le 07 juin 2022

D'ailleurs, en 1994, elles avaient déjà un taux de croissance deux fois plus élevé et un taux de création d'emplois quatre fois plus élevé que l'ensemble des entreprises canadiennes.

Le Programme de bourse BMO rend hommage aux femmes entrepreneures a été lancé au Canada en 2020, et, cette en 2021, 10 bourses d'un montant de 10 000 dollars ont été attribuées à des femmes ayant fait preuve de résilience et d'innovation entrepreneuriale pendant la pandémie. Elles devaient démontrer comment elles produisent des effets positifs ou réduisent les incidences négatives, et ce, pour leurs clients, leurs collectivités, leurs employés ou d'autres parties prenantes.¹⁵

1.2. Les pays européens : Etat des lieux des politiques mises en place

« EQUAL » est un dispositif créé par le Fonds social européen pour lutter contre toute forme de discriminations et d'inégalités dans le monde du travail et de l'emploi en Europe, y compris celles fondées sur le genre. Il a soutenu des associations professionnelles, des établissements de formation continue, des organisations d'employeurs et de salariés pour mettre en œuvre des programmes de formation destinés spécifiquement aux femmes dans des métiers non traditionnels et pour aider les entreprises, en particulier les PME, à supprimer les obstacles qui peuvent ralentir l'intégration et la participation des femmes.

En France, plusieurs actions en faveur de l'entrepreneuriat féminin ont été menées dans le cadre du programme EQUAL, notamment dans la région Bretagne.

Les missions de l'ancienne initiative communautaire EQUAL ont été intégrées aux objectifs généraux du Fond de Solidarité Européen pour la nouvelle période qui s'est étalée de 2007 à 2013.

Désormais, il incombait donc aux États membres de poursuivre dans les programmes du FSE, le type de coopérations et d'innovations qui avaient été soutenues avec succès par EQUAL. Les anciens domaines d'intervention du programme EQUAL sont d'ailleurs repris dans un article qui précise le champ d'application du FSE « L'intégration et des actions spécifiques pour améliorer l'accès à l'emploi et accroître la participation durable et la progression des femmes dans l'emploi, pour réduire la ségrégation fondée sur le sexe sur le marché du travail, notamment en s'attaquant aux causes, directes et indirectes, des écarts de rémunération entre les hommes et les femmes ».

¹⁵ [Programme de bourse BMO rend hommage aux femmes 2021 Rapport complet.pdf \(wekh.ca\)](#) consulté le 30 juin 2022

Le WES est un réseau qui a été créé et lancé en Suède par le commissaire Liikanen en juin 2000. Son but est de créer un climat propice à l'augmentation du nombre de femmes entrepreneures et à la croissance de leurs entreprises. Pour chacun des pays, le taux d'emploi féminin (source : Eurostat, 2008) est indiqué. Rappelons que la moyenne du taux d'emploi des femmes dans les 27 pays membres de l'Union européenne est de 58,3 %. En France, en 2008, il s'établit à 60 %.

➤ **En Allemagne**

Selon le Mikrozensus, en 2007 les femmes représentaient 31 % des entrepreneurs. C'est un taux en constante progression. Depuis 2004, le ministère fédéral de l'éducation et de la recherche (BMBF) a lancé un programme d'action pour la promotion de l'esprit d'entreprise féminin qui s'appelle le « Für Gründerinnen » et à travers lequel le gouvernement a lancé sa politique de promotion de l'entrepreneuriat au féminin en motivant plus les femmes à opter pour des initiatives de créer leur propres entreprises.

En Allemagne, les entrepreneurs ont accès à plusieurs programmes d'aides financières : pour les personnes sans emploi, pour les démarrages de sociétés de haute technologie...

Ces programmes ne sont pas spécifiques pour les femmes. L'un des points forts de la politique allemande réside dans l'accompagnement systématique de toutes les aides au financement par un suivi sur toute la durée du prêt (Appel à des réseaux de conseillers indépendants), inscrivant ainsi tout projet dans la durée et réduisant nettement les taux de défaillance.

Par ailleurs, une agence fédérale pour les femmes créatrices d'entreprise (BGA) a été créée en 2003 avec le soutien du FSE. Il s'agit d'une plateforme fournissant des informations à toutes les étapes du processus de création : assistance, conseils et formations, ainsi qu'opérations de communication sur l'entrepreneuriat (presse et salons). L'Allemagne a besoin des femmes pour assurer la reprise des entreprises.

La BGA a lancé à cet effet plusieurs programmes « La succession aux femmes », « Le pouvoir aux femmes entrepreneures ». Ces programmes sont notamment axés sur le développement des technologies, domaine encore peu accessible aux femmes. Une agence nationale pour les startups féminines qui a établi un annuaire des réseaux de tout le pays afin d'en faciliter l'accès aux femmes⁷³ et une agence nationale pour la création d'entreprises féminines, placée sous la tutelle de trois ministères différents (éducation et recherche, famille et femmes, économie et technologie) complètent le dispositif d'accompagnement et de soutien.

➤ En France

Les femmes entrepreneures représentent en 2006 près de 30 % des créateurs d'entreprises et 27 % des dirigeants de PME/TPE, ce qui correspond à la moyenne européenne. Le suivi régulier effectué par l'INSEE montre que la proportion des créatrices d'entreprises a légèrement augmenté puisqu'elle n'était que de 27 % en 2002.

Cette évolution notable a été induite par un accord-cadre relatif à l'entrepreneuriat des femmes, conclu en 2006 entre l'état français et la caisse des dépôts. Un autre accord-cadre associant pour la première fois le secteur bancaire a été également conclu. Son objectif est de soutenir le DEF à travers deux actions concrètes spécifiques aux femmes, consistant :

- Sensibilisation qui valorise l'entrepreneuriat féminin par la formation et la communication.
- Accompagnement de femmes après la création de leurs entreprises.

En 2018 un plan d'action a été élaboré sous le titre de « Entreprendre Au Féminin ». Il s'a s'articule sur trois axes d'intervention, la sensibilisation, l'accompagnement et l'aide financière aux créatrices d'entreprises.

➤ Au Danemark

Dans ce pays 25% des entrepreneurs sont des femmes. Le système de garde des enfants qui y'a été développé favorise un taux très élevé d'emploi des femmes de l'ordre de 73,2 %, le plus fort de tous les pays de l'Union européenne. Toutes fois, les femmes danoises privilégient le salariat.

Le gouvernement danois a mis en place plusieurs projets au niveau national pour promouvoir l'entrepreneuriat, mais pas spécifiquement à l'intention des femmes qui n'en sont d'ailleurs pas demandeuses. Les programmes spécifiquement dédiés aux femmes sont d'inspiration locale et circonscrit à ce même niveau.

➤ En Espagne

L'Espagne affiche un taux d'emploi féminin de 54,7 % et compte près de 33% de femmes entrepreneures. Selon une enquête sur la population active élaborée par l'Institut national de statistique, elles gèrent en majorité des micro-entreprises, principalement dans les services et le commerce. L'État s'est efforcé au cours des dernières années de réduire les formalités et d'alléger les démarches administratives préalables à la création d'entreprise. Les aides ont par ailleurs été décentralisées. Un certain nombre de mesures ci-après énumérées ont été également mises en œuvre par le très actif « Instituto de l Mujer, » créé en 1997 pour promouvoir l'entrepreneuriat au féminin :

- • Création d'unités d'information et de conseils préalables à la création installées dans 55 chambres de commerce. En 2008, près de 13 829 femmes ont bénéficié de ces services et 1 992 entreprises ont été créées ;
- • Soutien financier : « L'entreprise au féminin » est un programme ciblé sur l'insertion professionnelle des femmes en difficulté (Immigrées, chômeuses de plus de 45 ans, chefs de famille monoparentale) ;
- • Actions de formation à la création, au développement, et à la consolidation des entreprises. « En 2006, deux programmes de formation ont été institués à l'intention des femmes d'affaires qui souhaitent consolider leur entreprise, en améliorer la rentabilité ou envisager des alternatives de croissance. Les programmes s'adressaient également aux femmes d'affaires ayant un solide projet d'entreprise »;
- • Portail Internet dédié aux femmes d'affaires afin qu'elles puissent communiquer entre elles, consulter en ligne pour toute question liée à la gestion ou participer à une « classe virtuelle » leur permettant de suivre des cours de logistique, marketing ou comptabilité ;
- • Tutorat : « L'objectif était de consolider la position et la compétitivité des entreprises en éliminant les risques financiers, en particulier pendant la phase initiale de l'activité. Les femmes entrepreneures bénéficient d'un tutorat à domicile suivant un calendrier compatible avec leur activité. Le contenu du tutorat est adapté en fonction de leurs besoins spécifiques et chaque femme d'affaires reçoit un plan de développement d'entreprise au terme de son accompagnement »;
- • Médias : des femmes chefs d'entreprises communiquent à travers des forums et émissions télévisées sur leurs expériences professionnelles.

➤ **Au Portugal**

Le taux d'emploi des femmes s'établit à 61,9 %. En 2006, les femmes représentaient près de 34 % de l'ensemble des entrepreneurs. Plusieurs programmes, cofinancés par le Fonds social européen sont proposés en faveur de l'entrepreneuriat en général :

Une action spécifique concerne les femmes, il s'agit du « Soutien à l'entrepreneuriat féminin » mis en œuvre dans le cadre du Programme opérationnel pour l'emploi, la formation et le développement social. Un de ses objectifs est d'encourager le développement de réseaux. Une aide financière est également allouée pour un minimum de 166 heures de formation en gestion et pour 100 heures d'accompagnement/tutorat par femme en vue de la consolidation du projet, du lancement de l'entreprise et de la familiarisation avec les réseaux d'information

➤ **En Suède**

Bien que le taux d'emploi des femmes dans ce pays s'élève à 71,8 %, les femmes chefs d'entreprise ne représentent que 22 % de la population active, ce qui est sensiblement très faible. Toutes fois, il y'a une forte proportion de femmes créatrices d'entreprise, principalement dans les services. Leur proportion s'établissait en 2006 à près de 35 % en 2006, avec 6 % des nouvelles sociétés qui sont gérées en commun par des hommes et des femmes.

Les entreprises suédoises sont surtout des « sociétés » de services, ensuite viennent les commerces puis les manufactures. Du point de vue de leurs caractéristiques, il existe assez peu de différences entre les entreprises détenues par des hommes ou par des femmes.

NUTEK, l'agence suédoise pour le développement des entreprises a mis en place dès 1993 un programme destiné à encourager « l'esprit d'entreprise des femmes ». Son objectif est d'améliorer la visibilité des femmes entrepreneures auprès des conseillers d'affaires, des medias et des banques (sensibilisation sur les moyens de financement).

Le NUTEK apporte également directement son soutien aux créatrices : tutorat, orientation vers des établissements ou des programmes de formation adaptés.

En 2005, le NUTEK a édité une brochure « Why shall women start à business » (quelques bonnes raisons pour les femmes de se lancer dans la création d'entreprise) et développe depuis 2007 un programme sur l'entrepreneuriat au féminin. Celui-ci est doté d'un budget initial de 100 millions de couronnes par an. Une spécificité de taille est d'ailleurs accordée dans ce pays aux femmes qui entreprennent et qui consiste à continuer de percevoir leurs allocations de chômage entre six mois à un an après la création de leur entreprise.

On constate que la plupart des pays européens, en dépit des diversités de culture et d'environnement socio-économique, ont des taux très voisins en matière d'entrepreneuriat au féminin. On notera que dans les pays d'Europe du Sud, l'Espagne et le Portugal, avec des taux respectifs de 33 % et 34 % de femmes entrepreneures, recueillent les bénéficiaires d'actions spécifiques de soutien. En revanche, parmi les pays d'Europe du Nord, deux pays pourtant très impliqués dans la promotion de l'égalité entre femmes et hommes, Suède et Danemark, affichent pour leur part des taux particulièrement faibles de 22 % et 25 %.

1.3. L'entrepreneuriat féminin dans la région MENA

Définition de la femme entrepreneure dans le moyen orient, l'Afrique et Algérie

➤ Dans le moyen orient

Bien que le nombre de femmes entrepreneurs soit en augmentation continue dans le monde, les entreprises dirigées par des femmes dans les pays arabe demeurent très faibles.

Selon l'OCDE (2014), les économies de la région MENA ont la plus faible proportion de femmes employées au monde et un nombre de femmes entrepreneurs tout aussi faible.

Une étude menée en 2005 par DECHANT et AL à Oman et au Bahreïn auprès d'un échantillon de femmes, conclue que les facteurs de motivation qui incitent les femmes propriétaires d'entreprises varient notamment au niveau des facteurs pull (motivations économiques et facteur d'indépendance).

De même, NASSER et Al. (2009) ont signalé que les femmes dans les pays du Golf choisissaient l'entrepreneuriat pour un besoin de réalisation de soi. Par ailleurs, dans son étude élaborée en 2012 sur un échantillon de huit pays de la région MENA, HATTAB a conclu que les femmes entrepreneurs dans cette région peuvent être décrites comme étant instruites, ayant des diplômes de niveau post-secondaire ou plus et sont âgées entre 25 et 44 ans ; mariées et vivant dans des zones urbaines.

Le potentiel de l'entrepreneuriat féminin dans la région MENA est important. A titre d'exemple, en Arabie Saoudite, les femmes détiennent 40% de la richesse nationale privée, 70% des fonds liquides, 40% des actifs immobiliers, 20% des fonds et des portefeuilles d'investissements, et plus de 13 milliards de dollars dans des comptes bancaires locaux qui auraient pu être investis dans l'économie (Almobaareek et Manolova, 2013).

Les études en entrepreneuriat ont indiqué que la dimension culturelle est une variable contextuelle majeure pour la compréhension du phénomène entrepreneurial entre les pays.

CHAMLEE-Wright (1997) souligne que le contexte culturel est important également pour expliquer la relation de genre et les comportements d'entrepreneuriat qui en résultent.

À cet égard, les spécificités culturelles de la zone de moyen orient semblent impacter fortement l'activité entrepreneuriale des femmes.

Dans le même ordre d'idée, WENNEKERS et AL., (2001) montrent que les pays arabes sont caractérisées, d'une part, par un niveau élevé de distance au pouvoir et d'évitement à l'incertitude, et d'autre part, par un niveau faible d'individualisme

- Ces facteurs entravent inéluctablement les femmes à faire les choses à leur façon dans la mesure où les institutions leur sont moins adaptées et les rares entreprises appartenant aux femmes dans la région MENA activent majoritairement dans le domaine des services, et relèvent des deux secteurs formel et informel, employant moins de 10 travailleurs, et produisent des biens et services peu sophistiqués.

À ce titre, un rapport de la Banque Mondiale explique que les lois dans cette région sont neutres et aveugles par rapport à la question du genre. Elles sont jugées défavorables aux femmes, et par extension à l'entrepreneuriat féminin (la banque mondiale, 2007). Le rapport plaide ainsi pour une sorte de discrimination positive en faveur des femmes. Donc aucune mesure n'est prise spécifiquement pour les femmes.

2. L'entrepreneuriat féminin En Afrique

Le directeur générale du groupe société générale Frédéric Oudea a déclaré et souligné que « L'Afrique est la seule région au monde où plus de femme que d'homme choisissent la voie entrepreneuriales, une réalité accompagnée par la fondation « Women in africa philanthropy, que nous sommes fiers de soutenir. Ouvrir le champ des possibles à cette dynamique féminine aura un impact sur l'avenir du continent ».¹⁶

L'entrepreneuriat féminin en Afrique est connu par sa spécificité née par des obstacles culturelle consciente et inconsciente ainsi que de ceux d'ordres financiers et institutionnels.

Les femmes entreprennent par nécessité, c'est-à-dire a des fins de subsistance étant donnée qu'elles n'ont pas d'autres alternatives en raison notamment de l'accès limité à l'éducation dans certains cas, au poids culturels tenaces, et enfin de la législation contraignante.

Ce type d'entrepreneuriat de nécessité donne lieu à la création d'entreprises de petite taille, aux besoins de financement modeste. Ce modèle économique ne donne pas suffisamment de gages de solidité aux investisseurs, induisant de fait les réticences opposée par les sources de financements. Aussi la femme éprouve un certain découragement, faces aux démarches administratives contraignantes par la lourdeur des procédures permettant d'obtenir un financement.

Hanan Morsey, Directrice du département de la politique macroéconomique, des prévisions et de la recherche de la banque africaine de développement souligne que « Beaucoup de femme entrepreneures en Afrique ne demandent pas des prêts ou des lignes de crédit, car elles pensent que leurs demandes seront rejetées [...] Les femmes chefs d'entreprises micro ou petite entreprise représentent une proportion plus forte que les hommes quant à l'auto exclusion du marché du crédit ».¹⁷

¹⁶ [Société générale : Frédéric Oudéa, promoteur des marchés africains, va quitter ses fonctions de DG – Jeune Afrique](#) consulté le 13 avril 2022

¹⁷ [Accès au financement : pourquoi les femmes ne s'imposent-elles pas ? \(imf.org\)](#) consulté le 13 avril 2022

2.1. Les programmes de soutien de l'entrepreneuriat féminin en Afrique

WIA INITIATIVE¹⁸ : est une entreprise et une plateforme internationale consacrée au développement économique et au soutien des femmes africaines entrepreneuses et elle dispose de plusieurs programmes dans le domaine, entre autres :

- **JAMMI FEMMES 2022**, un programme dont COCA COLA est associé pour accompagner 20 000 femmes africaines entrepreneuses au cours des trois prochaines années. Son objectif est d'accroître l'impact des femmes entrepreneuses sur l'économie africaines et de soutenir la création de solutions innovante pour le développement.
- **WIA YOUNG LEADERS**, un programme de deuxième éditions élaboré en partenariat avec Christian DIOR couture, la banque d'affaire LAZARD frères et le leader mondial du numérique HUAWEI. Leurs objectifs consistent en l'accompagnement et la mise en lumière de jeunes femmes leaders africaines.
- **WIA54** induit en 2017, promeut l'entrepreneuriat féminin en Afrique. Chaque année, il dote 54 femmes entrepreneurs africaines de 54 pays africain différents avec un ensemble de soutien complet comprenant la formation, la communication et le réseautage. En 2021 WIA a déployé son plan 2030, qui consiste à multiplier par dix le nombre de bénéficiaire du programme en question.

3. L'entrepreneuriat féminin dans la région maghrébine et en Algérie

Le contexte maghrébin est particulier en ce qui concerne l'entrepreneuriat féminin. Pour trouver une définition exacte aux profils d'une entrepreneure n'est pas chose aisée du fait de la faiblesse d'études et d'articles publiés à ce sujet.

Les deux chercheurs qui ont eu à élaborer des études sur la femme entrepreneure africaine ont définis le profil de la femme entrepreneure par le type d'activité quelle exerce.

Ainsi, ils définissent l'entrepreneuriat féminin par la personne de la femme et ce indépendamment de la taille de l'entreprise.

Lorsque la femme entrepreneure est définie par son activités cela suppose : « toutes les activités effectuées en dehors du ménage, qui permettent à celle-ci de faire suffisamment de profits pour au moins maintenir son activité » (KOUNTA, 1997)Ce concept connait plusieurs déférence selon les études faites sur le nord-africain dans le rapport de travail de Louise St-Cyr et Sergine

¹⁸ [Women In Africa – World's leading international platform for the economic development and the support of African women entrepreneurs \(wia-initiative.com\)](https://www.wia-initiative.com/) consulté le 13 avril 2022

HOUNTONDJI, 2003 : « entrepreneuriat féminin et dynamisme » Rapport de travail, Québec, 2003.

L'entrepreneure dans la région maghrébine est une chef d'entreprise appartenant à une femme, une propriétaire chef d'entreprise, propriétaire dirigeante, ou dirigeante, ou gérante. Cette définition est ainsi formulée comme suit : « La femme, qui seule ou avec un ou des partenaires a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprises, qui assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion » (KOUNTA, 1997) Ces dernières se caractérisent par leurs grandes diversités, une très forte aptitude de maintenir des relations avec l'entourage et leurs tendances à transposer leur expérience maternelle dans leur travail.

Selon plusieurs enquêtes faite par des chercheurs algériens, marocain et tunisiens, la région maghrébine, se caractérise par un seul et unique type de femme entrepreneur notamment en Algérie surtout. En effet, dans cette région même les femmes qui sont aux foyers et qui activent dans l'informel sans existence juridique peuvent aussi être recensées comme entrepreneure, du fait qu'elles ont l'ambition et la motivation pour l'être et ont aussi capitalisé en milieu domestique des connaissances et expériences autant appréciables que non négligeables. On parle dans ce cas des femmes activant dans la TPE, l'agriculture, l'artisanat et les services.

En Algérie selon la nomenclature de l'ANGEM la petite industrie est définie comme toute c'est tout ce qui fabrication alimentaire de pâtes, pâtisserie, gâteaux et fabrication de linge, l'artisanat dans le tissage, la tapisserie traditionnelle, la fabrication de vêtements, broderie, peinture sur soie [...] pour l'agriculture elle comprend les activités de l'élevage et pour les services l'activité s'étend à la coiffure, les instituts de beautés et les services informatique.

Un autre type de femmes entrepreneures est identifié. Il s'agit de professionnelles expérimentées qui avaient par le passé occupé des postes de directions dans d'autres entreprises avant de décider de s'installer à leurs propres comptes. Elles se caractérisent par leurs niveau de formation, leur catégorie sociale, expérience professionnelle et enfin l'âge qui joue un rôle déterminant.

Pour des raisons diverses la femme Algérienne est confrontée selon les enquêtes menées par des chercheurs un obstacle appelé « Concept plafond verre », qui consiste à limiter leur ascension dans l'échelle des responsabilités à partir d'un certain niveau.

3.1. Les mesures et les dispositifs de l'état pour le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Les lois et règlements

L'élaboration des dispositifs juridiques dédiés à la protection de la femme algérienne bénéficient d'une attention toute particulière de la part de l'état et la création d'un ministère dédié à la famille et à la condition de la femme en est une preuve indéniable.

Les droits de la femme algérienne sont garantis par la constitution, qui attribue sans discrimination aucune les mêmes droits et les mêmes obligations pour les femmes et les hommes dans la participation au développement du pays

L'article 32 de la constitution consacre le principe de non-discrimination et d'égalité des personnes devant la loi.¹⁹

Une égalité de traitement dans le travail est légalement mise en place entre les hommes et les femmes par la consécration du principe de non-discrimination en matière de rémunérations, de conditions de travail et de liberté d'affiliation. Ainsi, les lois, les règlements et les mesures adoptés par notre pays donnent non seulement la liberté totale inconditionnelle et non restrictive d'entrepreneuriat aux femmes et ce en parfaite égalité avec la gente masculine, mais aussi ont clairement proscrit :

- Toute obligation qui serait faite à la femme de recourir à un tuteur pour exercer son droit d'entreprendre.
- Toute discrimination en matière d'accès au financement par les dispositifs public ou privé. (OIT, 2017)
- Toute discrimination à l'immatriculation au registre de commerce.
- Dans la réalité, les femmes subissent toujours des inégalités en matière d'accès au marché du travail. De même, elles ne sont pas assez sensibilisées et ne disposent pas d'outils fiables d'accès aux informations traitant de leurs droits relatifs aux dispositifs de promotions de l'entrepreneuriat voir même les différentes mesures légales et procédures applicables aux

¹⁹ **Chapitre IV : Des droits et des libertés Art. 32.** — Les citoyens sont égaux devant la loi, sans que puisse prévaloir aucune discrimination pour cause de naissance, de race, de sexe, d'opinion ou de toute autre condition ou circonstance personnelle ou sociale. www.joradp.dz consulté le 14 avril 2022

entreprises par l'administration (L'enregistrement des travailleurs, aspects fiscalités)
(OIT, 2017)

Pour cela les femmes affirment que le manque d'information est l'un des obstacles qui entrave leur émancipation.

Par ailleurs, selon les entrepreneurs femmes, les agents des administrations locales exercent un type d'harcèlement et de pression sur les femmes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat, ce qui les pousse à se retirer ou s'orienter vers un homme ou une association pour demander l'assistance dans la résolution de leurs affaires avec l'administration.

Les pouvoirs publics et leurs différents partenaires sociaux, économiques et politiques ont pris conscience de l'importance de l'entrepreneuriat pour assurer une croissance et une stabilité sociale durables, et c'est désormais dans ce cadre que la participation de la femme est très attendue. Pour ce, les pouvoirs publics ne cessent d'encourager et de promouvoir toutes les initiatives susceptibles d'impliquer davantage les femmes dans le développement du pays.

La volonté politique existe, les femmes sont appelées donc à sauter le pas en investissant tous les secteurs d'activité de l'économie nationale.

Malgré la bonne volonté affichée par les gouvernements successifs ainsi que par le pouvoir politique en matière de droits des femmes, celles entrepreneures bien qu'identifiées comme étant un groupe spécifique, le législateur n'a par contre pas défini des modalités spécifiques aux financements des projets féminins. Les textes en vigueur consacrent d'ailleurs une égalité parfaite entre les deux genres.

Selon les statistiques fournis par l'ONS, le nombre de femmes bénéficiaires des micro-crédits de l'ANGEM ne dépasse pas 10% du volume total des crédits accordés. Elles ont majoritairement bénéficié de micros crédits de montants non seulement moyens mais aussi inférieurs à ceux octroyés aux hommes. Cet état de fait ne s'explique nullement par une éventuelle discrimination, mais les choix de la nature et de la taille des projets. La femme étant de nature patiente pour garantir son évolution sans grands risques.

Aussi, cela pourrait être dû à plusieurs autres facteurs tel que le manque d'information, d'orientation et de conseil, à des contraintes culturelles, à l'inadaptation des services financiers aux besoins spécifiques des femmes, à un facteur d'ordre psychologique qui est la confiance en soi et à la peur d'échec, à l'insuffisance des ressources pour garantir leur solvabilité auprès des banques et enfin la précaution de prise de risques.

Cependant récemment la banque nationale d'Algérie en collaboration avec l'ex forum des chefs entreprise (FCE) a mis en place dans le cadre de la promotion de l'entrepreneuriat féminin « Un guichet femme ». Celui-ci guichet est un service d'accueil dédié exclusivement aux femmes entrepreneures et est considéré comme étant le premier dans son genre.

En 2020 l'ANADE (Ex ANSEJ) d'Alger a emboité le pas à la BNA, en inaugurant également son guichet unique exclusivement dédié aux femmes promoteurs et entrepreneures. Lors d'un point de presse en marge d'une rencontre intitulé le défis de la femme entrepreneure dans la construction de l'Algérie nouvelle, le ministre délégué auprès du premier ministre chargé des micros entreprises, NASSIM DIAFAT, a déclaré que « Pour booster le développement de l'entrepreneuriat féminin l'état a mis en place en coopération avec des associations et institutions nationales et internationales, des foires ,des expositions ,des salons aux niveaux national et international spécifiques aux femmes tel que : le salon international de la femme EVE qui organisé chaque années depuis 2005 par la WTC Algeria avec l'accord de l'état, valorise les activités des femmes dans tous les secteurs d'activités ».

LA WTC Algeria est un groupe qui fait partie du réseau 332 WTC dans plus de 90 pays, il apporte son assistance aux entreprises qui veulent développer leurs activités hors Algérie ²⁰

Les services publics de développement des entreprises, offrent un service très générique et affichent une volonté d'amélioration et de performance constantes, cependant l'accès aux services de développement des entreprises est faible. Il est principalement dû au manque d'informations et à la faible diffusion des services d'assistance très particulièrement en zone rurale et en dehors des grands pôles urbains.

Des opérateurs privés ont investi à la faveur des nouvelles orientations économiques l'environnement entrepreneuriale en créant et en mettant en place des services d'appui à la création START UP innovante tel que :

T.START d'ooredoo qui est un programme d'incubation et d'accélération de Start up qu'elle que soit le niveau de maturité de projet et son secteur d'activités.

Pour l'année 2022, T.START lance une édition spéciale dénommée « **Machrou3i** » qui est une compétition de business et un plan national exclusivement dédié aux femmes.
www.tstrat.ooredoo.dz²¹

²⁰ [Rent Office, Consultancy, Training, International relation and Events \(wtcalgeria.com\)](http://Rent Office, Consultancy, Training, International relation and Events (wtcalgeria.com)) consulté le 16 avril 2022

²¹ [tStart - Inscription \(ooredoo.dz\)](http://tStart - Inscription (ooredoo.dz)) consultés le 17 avril 2022

Un autre incubateur spécifique aux femmes **WOMWORK BY THE ANNEX DZ**²² qui est un programme qui correspond à la période de pré-incubation et qui prend en charge les projets au stade d'idée en leur proposant un processus d'idéation et de maturation avec un large panel de formations collectives et d'accompagnement individuel ciblées. www.theannexdz.net/womwork/
On pourrait également citer entre autres des incubateurs tels que : Djezzy, IncubMe The Annex DZ.....

En termes d'accès aux marchés extérieurs à travers la réalisation d'opérations d'exportations, la place occupée par la femme dans ce créneau reste très timides, et ce pour des raisons multiples (Taille de l'entreprise, déficit en marketing, méconnaissances des procédures...), d'où la nécessité d'une mise de conformité avec les standards internationaux.

Selon l'ONS, l'Algérie enregistre un faible taux de femmes exportatrices par rapport aux hommes. Cette insuffisance est probablement due au manque d'assistance des centres d'appui et de développement de l'entreprise et aussi à la limite des initiatives et opportunités d'exportation pour les femmes, cette activité étant monopolisée par la gent masculine qui exerce en la matière un certain monopole découlant de faits socioculturels et de maîtrise de l'information.

Une mise en place d'actions de formations aux techniques d'exportations, l'accès à la certification sont des facteurs non négligeables en mesure d'inciter les femmes entrepreneures à fournir des efforts supplémentaires pour l'atteinte des niveaux de compétitions économiques de haut niveaux.

Quant aux programmes gouvernementaux relatifs aux marchés publics, il ne cible pas spécifiquement les entreprises appartenant aux femmes, bien qu'une nouvelle disposition a été introduite dans le nouveau code des marchés publics. Celle-ci prévoit une disposition donnant une marge préférentielle de 25% aux produits d'origines algériennes, dans le même et un quota de 20% de la commande publique aux entreprises des jeunes, les deux gentes confondues.

En 2010 les pouvoirs publics gouvernement ont engagé une nouvelle politique de relance de l'économie consistant entre autres, à la mise en place de clusters ou des pôles de développement de l'économie sur plusieurs secteurs. Cette initiative s'adresse au monde économique donc les femmes et les hommes.

Aussi, les femmes entrepreneures ne sont pas spécialement informées ni spécifiquement ciblés lors des actions de renforcement des capacités entrepreneuriales à travers des actions de mises à niveaux. Cet état de fait est d'ailleurs constaté par les organisations patronales et plus

²² [WomWork - The Annex Dz, votre catalyseur de l'innovation et de l'entrepreneuriat](#) consulté le 20 avril 2002

particulièrement les patrons des grandes entreprises qui admettent dans leur unanimité l'absence d'entreprises appartenant aux femmes dans leurs chaînes d'approvisionnement ou de partenariat.

L'accès à de tels marchés d'envergure reste conditionné par un respect des standards internationaux dans tout le processus de fabrication et de production de biens ou de services, d'où un monopole en la matière exercée par une caste d'entreprise gérées par des hommes.

Association et réseaux des opérateurs économiques:

Suite aux déboires politico-financiers de l'équipe dirigeante de l'ex FCE, ce mouvement associatif a opéré une mutation générale en procédant en juillet 202 au changement de dénomination en adoptant celui de confédération algérienne du patronat citoyen, et ce en signe de rupture décisive avec les pratiques de l'ex FCE. Cette nouvelle confédération regroupe les entreprises productrices issues de l'ensemble des secteurs d'activités tel que l'industrie, services, commerce Son but est de représenter les entreprises algériennes à travers des délégués élus en aval et issus de l'ensemble des wilayas du pays.

La CAPC s'est ainsi fixé pour missions d'œuvrer pour l'amélioration saine du climat des affaires aux fins de permettre la relance et la construction d'une économie viable et durable engendrant une croissance économique forte et créant des emplois et la richesse qui sont les principaux vecteurs de la stabilité.

A titre de contribution à la promotion de l'entrepreneuriat féminin, la CAPC a eu à installer le 08 mars 2020 une commission dédiée aux femmes chefs d'entreprises, dont les missions consistent à booster l'entrepreneuriat féminin pour l'autonomisation économique des femmes.²³

Il est à noter que l'Algérie recense un nombre important d'associations qui dédient des programmes spécialement destinés à la gente féminine, dont :

- SEVE. Association des femmes algériennes chefs d'entreprise, créée le 12 juin 1993 à Alger. Elle est à but non lucratif et est dans son genre. Sa principale mission est l'intégration des femmes dans l'écosystème à travers la promotion de la création d'entreprises par la participation active des femmes dans la réflexion, la proposition et le dialogue avec les institutions économique du pays.²⁴

Ainsi cette association est appelée à identifier et faire valoir le potentiel du savoir-faire des femmes chefs d'entreprises dans tous les secteurs d'activités, le soutien et l'accompagnement des projets de création par des actions d'information ,orientation et

²³ [CAPC Algérie : la commission femmes chefs d'entreprises installée à Oran - Algerie360](#) consulté le 20 avril 2022

²⁴ [SEVE:Association des femmes algériennes chefs d'entreprises \(sevedz.com\)](#) consulté le 20 avril 2022

conseils, développer des actions de formation adaptées aux besoins spécifiques de ses membres, recherche et aide ainsi que la mobilisation de toutes les possibilités de financement offertes aux femmes...

- ACSE : Centre algériens de l'entrepreneuriat social installé le 24 janvier 2022, il est doté d'un programme d'incubation nommée NISSA (Nouvelles Initiatives de Soutien Solidaires Actives) dédiée aux femmes. Elle intègre toutes les femmes algériennes ayant l'ambition d'entreprendre tout au long de la durée de l'incubation qui est de 06 mois.
- AME : Association des Algériennes managers et chefs d'entreprises. Créée en 2005, elle rassemble des adhérents à l'échelle nationale, dont des femmes chefs d'entreprises, manager, artisanes, porteuse de projet, qui disposent de la responsabilité de diriger, le pouvoir de décider et la volonté de développer des synergies autour et entre elles, aux fins d'augmenter l'efficacité de leurs actions, contribuer à l'aide au développement en milieu économique pour favoriser l'intégration de la femme au marché de travail de manière efficace.

Ces associations sont également en majorité membres de réseaux internationaux de femmes entrepreneures, dont AFAEMME

Malgré les efforts de ces associations et leurs contributions respectives, elles restent souvent limitées en termes d'efficacité d'actions en raison de carences structurelles qui les fragilisent.

En effet bon nombre d'association n'arrivent pas à assurer leurs missions et services d'une manière permanente et régulière, ni avoir une couverture géographique en dehors des grands centres urbains, car leurs capacités de mobilisation des ressources reste très limité ajouté à cela le manque d'enthousiasme des opérateurs à y'adhérer.

Conclusion

Tout au long de ce travail nous avons appréhendé la complexité du sujet de l'entrepreneuriat au féminin dont l'inexistence et la rareté des études et de développement des recherches sur ce phénomène ainsi que l'inexistence d'une définition exacte et formelle puisque l'entrepreneuriat a été longtemps chasse gardée par des hommes.

En faisant le point sur les éléments qui entourent la notion d'entrepreneuriat féminin on peut apercevoir la place et le rôle qu'occupent les femmes entrepreneures dans la mesure où elles apportent de nouvelles compétences au monde du travail, la participation à la création des emplois entraînant une amélioration de la productivité et une accélération de la croissance économique des pays.

Dans ce contexte on a essayé de faire une revue de la littérature concernant la femme entrepreneures en identifiant ces caractéristiques Au-delà des rapports au genre véhiculés par la Société (culture, éducation et institutions) qui influent sur les caractéristiques et les motivations entrepreneuriales implicitement considérées plutôt comme des valeurs masculines , et des préjugés de genre, conscients et inconscients, qui agissent sur son intégration dans l'entrepreneuriat qui sont vue comme des barrières et des obstacles , que ce soit pour l'entrepreneure elle-même, ou par sa famille, ou son entourage professionnel.

Nous avons essayé dans au deuxième lieu montrer la place de l'entrepreneuriat féminin à travers le monde ainsi que les différentes mesures et mécanismes pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin et les divers programmes gouvernementaux pour le développement de ce phénomène à travers le monde notamment en Algérie.

Il faut retenir le phénomène de l'entrepreneuriat prend de plus en plus d'ampleur sur le plan économique et sociétal, il constitue un réservoir inestimable de ressources a mobilisé

Pour le développement et la croissance économique.

Chapitre III :

Enquête sur un

échantillon de femmes

entrepreneures dans

la wilaya de Bejaia

Chapitre III : Enquête sur un échantillon de femmes entrepreneur dans la wilaya de Bejaia

Introduction

Dans ce chapitre, nous avons repartis notre travail de recherche en 3 axes différents, dans le premier axe sera présentée brièvement la région dont notre enquête est menée en utilisant des données que nous avons eues auprès des organismes publics sur le nombre et le taux de femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia. Pour bien expliquer le phénomène, nous allons exposer en deuxième axe notre méthodologie de recherche, l'objectif de notre enquête, présentation de l'échantillon, la situation de déroulement de l'enquête, répartition des données et enfin l'interpréter, l'analyse et les commentaires sur les résultats obtenus.

Section 1 : Présentation du travail de recherche

Celle-ci traite d'une présentation brève de la wilaya de Bejaia, région de référence retenue pour la réalisation de la présente étude de cas, suivie d'un préambule sur l'entrepreneuriat féminin activant en son sein.

1. Présentation de la wilaya de Bejaia

La wilaya de Bejaia communément désigné comme basse Kabylie, s'étend sur une superficie de 3 268 km². Elle est située au nord-est de l'Algérie, limitée au nord par la mer méditerranée, au sud par les wilayas de Bouira et Bordj Bou-Argeridj, à l'ouest par la wilaya de Tizi-Ouzou et à l'est par les wilayas de Sétif et Jijel. .

Sa population totale recensée à fin 2018 est estimée à 1 000.000 d'habitants, dont 523 819 sont des hommes et 476 181 des femmes. Elle est administrativement découpée en 52 communes et 19 daïras. La répartition géographique de la population se caractérise par une concentration importante au niveau de la ville de Bejaia et de la vallée de la Soummam et du littoral est.

1.1. La population entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia

A fin février de l'année 2021, la wilaya de Bejaia a recensé près de 23 513 de PME activant sur son territoire. Cette wilaya occupe la quatrième place au niveau national en matière de création d'entreprises selon les statistiques fournies par la direction des PME.

Ainsi, l'impact du nombre de PME créées sur l'emploi au niveau de cette wilaya, se présente comme suit :

1.1.1. La répartition des PME privé et PME publique

Tableau N° 05: La répartition des PME de la wilaya de Bejaia 2022

Statut juridique	Nombre des PME	Emplois	Taux
PME privé	23 472	61 129	95,91%
PME publique	41	2 606	4,08%
Total	235 613	63 735	100%

Source : établie par nous même

A la lecture des données consignées sur le tableau n° 05, il est constaté que les opérateurs privés dépassent en nombre ceux relevant du secteur public, et ce aussi bien au titre du nombre de PME créées que celui des emplois.

Ainsi les entreprises publiques représentent 4,08% du nombre totale des PME activant dans cette wilaya, soit 41 PME employant 2 606 individus. Il est noté une prédominance remarquable de du secteur privée avec un taux d'opérateurs affiliés de l'ordre de 95,91%, soit un nombre de 23 472 PME employant 61 129 salariées.

Ces données placent désormais la wilaya de Bejaia parmi les plus les plus dynamiques du pays. Avec 23 5613 PME installées employant 63 735 salariées, la wilaya de Bejaia s'inscrit en droite ligne dans le processus de croissance initié par les pouvoirs publics à travers l'encouragement à la création des PME/PMI.

1.1.2. La répartition des grandes entreprises privé et publique de la wilaya de Bejaia 2022

Tableau N° 06 : Grandes entreprises (Par statut juridique) et impact sur l'emploi

Grandes Entreprises	Nombre		Taux
	Entreprises	Emplois créés	
Secteur Public	17	6 899	32 %
Secteur Privé	2	14 660	68 %
TOTAL	<u>19</u>	<u>21 559</u>	<u>100%</u>

source : direction de la PME/PMI de la wilaya de bejaia

Le tissu économique de la wilaya de Bejaia compte près de 41 grandes entreprises. Celles-ci emploient en moyenne plus de 250 salariés chacune. Par statut juridique ces entreprises sont réparties comme suit :

- Dix-sept (17) relevant du secteur public, soit 32%, et emploi 6 899 salariés
- Deux (02) relevant du secteur privé, soit 68%, et employant 14 660 salariés.

Dans ce chapitre, le travail de recherche entrepris a été orienté les trois axes différents :

1°- Présentation brève de la région de référence retenue pour l'étude sur la base des données récoltées auprès des différentes agences.

2°- Méthodologie de recherche et l'objectif de l'enquête de terrain menée avec présentation du déroulement de l'enquête et de l'échantillonnage ciblé.

3°- Interprétation, analyse et commentaires des résultats de l'enquête menée.

1.2. L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia

Cette partie traite de la répartition des PME selon le genre, sur la base des données statistiques obtenues de la direction des PME/PMI.

1.2.1. La répartition des PME de la wilaya de Bejaia selon le genre masculin / féminin

Tableau N° 07 : Répartition des PME de la wilaya de Bejaia selon le genre masculin / féminin

Nature de la PME	Nombre de la PME	Taux
Féminin	2 470	15,08 %
Masculin	13 900	84,91 %
TOTAL	23 472	100 %

Source : (Direction de la PME/PMI de la wilaya de Bejaia, 2022)

Il est ainsi relevé que, la wilaya de Bejaia dispose à la fin du premier trimestre 2022 de 16 370 PME activant sur son territoire. La répartition de celles-ci par genre donne une prédominance aux PME masculine qui représentent une proportion de 84,91 % correspondant à 13 900 PME. Quant à la genty féminine elle ne représente que 15,01 %, soit 2 470 PME en activité (Données obtenues auprès d'organismes publics).

Données statistiques du CNRC

Selon le site officiel du CNRC, il a été enregistré au mois de décembre 2021 près de 2.125.472 immatriculations au registre de commerce tous genres confondus, dont 73 030 au niveau de la seule antenne de Bejaia.

Tableau N° 08 : La répartition de l'enregistrement à la CNRC par genre masculin/féminin dans la wilaya de Bejaia

Le genre	Personnes physiques	Part (En %)	Personne morale	Taux
Masculin	62 435	94,01	6 250	94,45%
Féminin	3 978	5,99	367	5,54%
TOTAL	66 413	100	6 617	100%
Total des enregistrements	73 030			

Source : Centre National du Registre de commerce ,2022.

Il est noté à la lecture de ce tableau que le nombre d'hommes immatriculés auprès du CNRC est nettement plus important que celui des femmes. Nous constatons que la proportion des hommes immatriculés au CNRC pour l'exercice d'une activité économique reste dominant aussi bien sous le statut de :

- **Personne physique** : 94,01 % d'hommes et 5,99 % de femmes. En nombre ces taux se traduisent par 62 435 opérateurs hommes et 3 978 femmes.
- **Personnes morales (Gérant et associés ou actionnaires hommes)** : 94,45 % d'hommes et 5,54 % de femmes. En nombre ces taux se traduisent par 6 250 opérateurs hommes et 367 femmes.

Ceci dénote qu'il y a une domination masculine effective dans le monde des affaires au niveau de la wilaya de Bejaia induite par une très faible participation et implication des femmes dans la sphère économique. Ce constat devrait inciter tous les intervenants dans l'activité économique à promouvoir autant que possible l'entrepreneuriat féminin.

1.2.2. La répartition des femmes immatriculées au CNRC au niveau de la wilaya de Bejaia au titre de l'année 2022

Celle-ci se présente suit :

Tableau N° 09 : La répartition des femmes inscrites au registre de commerce dans la wilaya de Bejaia.

	Personnes physiques	Personnes morales	Total
Nombre de femmes	3 978	367	4 345
Taux	91,55 %	8,44 %	100

Source : établie par nous même

La lecture des chiffres consignés sur le tableau N° 09 détaille par statut juridique les entreprises activant dans la wilaya de Bejaia et créées par des femmes et immatriculées au CNRC. Sur les 4 345 entreprises créées dans ce cadre, 3 978 d'entre elles activent sous le statut de personnes physiques, soit 91,55 %, et 367 en tant que personnes morales, soit 8,44 %.

Ceci démontre que les femmes entrepreneures privilégient beaucoup plus d'activer en tant que personnes physiques qu'en tant que personnes morales. Ce choix de la forme juridique individuelle signifie que la femme privilégie le recours au mode de partenariat le plus simplifié et adapté à ses capacités professionnelles, financières, matérielles et sociologiques.

Quant à l'entrepreneuriat sous le statut de personne morale (EURL, SARL, SNC, SPA...), il reste par conséquent le moins prisé par la gente féminine, en raison probablement et surtout de la

complexité des démarches (Elaboration de statuts, mobilisation d'un capital social, désignation des organes de gestion...), des obligations (Rendre compte périodiquement aux organes sociaux sur les actes de gestion, soumettre les comptes sociaux au commissariat aux comptes...) et autres contraintes (Indisponibilité du foncier destiné à l'activité économique).

1.2.3. La répartition des femmes inscrites au registre du commerce par tranche d'âge dans la wilaya de Bejaïa

Tableau N° 10 : Répartition par tranche d'âge des femmes immatriculées au registre de commerce

Tranche d'âge	Nombre de femme	Taux
18-19 ans	0	0%
20-28 ans	231	6,83%
29-38 ans	1 167	34,55%
39-48 ans	1 210	27,85%
49-58 ans	855	19,68%
59-68 ans	291	6,70%
69 ans ou plus	224	6,63%
Total	3 978	100%

Source : Bulletin CNRC Bejaia, 2022.

L'âge est un critère déterminant pour investir le domaines des affaires et plus particulièrement celui de créer une activité économique. Ainsi, il est relevé dans le cas d'étude présent que la tranche d'âge la plus motivée à l'entrepreneuriat est celle située entre 29 et 38 ans qui représente une proportion de 35,55 % du nombre total d'entrepreneurs parmi les femmes. Elle est immédiatement suivie par les tranches de 39 à 48 ans, puis par celle de 48 à 58 ans qui représentent respectivement les taux de 27,85 % et 19,68 %.

L'analyse de ces chiffres traduit que les trois tranches d'âge de femmes entrepreneurs ci-dessus citées ont une forte présence dans le champ économique et des affaires. Elles sont généralement instruites et dotées d'une solide expérience acquise après le passage d'un statut de salariée à celui d'entrepreneur. Ceci leur a permis de mieux murir un projet d'entrepreneuriat qu'elles avaient souvent initiées bien avant de tenter un carrière sous le statut du salariat.

En dernier, sont recensées les tranches d'âges à faibles participation dans l'entrepreneuriat, à savoir celles situées entre 59 et 69 ans qui représente 6,70%, de plus de 60 ans 6,63% et enfin la plus jeune tranche soit de 20 à 28 ans reste la moins présente avec un taux de 6,63%.

2. Présentation et analyse des résultats de l'enquête sur l'échantillon de femmes entrepreneures à Bejaïa

Cette partie est consacrée à la méthodologie adoptée et suivie pour l'élaboration de notre recherche et traite également de la présentation des données d'échantillonnages collectés.

2.1. Méthodologie de la recherche

Le thème intitulé « Entrepreneuriat féminin, motivation et obstacle : cas de la wilaya de Bejaia » choisi pour l'élaboration du présent mémoire. Et afin de répondre au mieux aux exigences de son élaboration à travers une analyse objective, une enquête de terrain a été initiée aux fins de collecter toutes informations susceptibles d'apporter des réponses à la problématique. Cette enquête a ainsi nécessité préalablement à son lancement, une action d'identification des entrepreneurs femmes activant dans la wilaya de Bejaia aux fins de les contacter par la suite et de les solliciter à répondre au questionnaire élaboré aussi bien sur support papier qu' en ligne.

2.2. L'objectif de l'enquête

L'objectif visé par l'enquête engagée se résume à la collecte directement à la source d'un maximum d'informations viables et crédibles en mesure de permettre entre autres et non seulement, une compréhension objective des motivations entrepreneuriales des femmes mais aussi d'identifier les contraintes bloquantes de telles initiatives.

2.3. Elaboration du questionnaire

Dans le but d'avoir une réponse viable et objective à notre problématique, un questionnaire a été élaboré. Sa conception a été répartie sur les parties suivantes :

1°- Identification complétée de l'entreprise ou de l'entrepreneur ciblé par l'enquête (Dénomination, date créations, statuts, secteur activité, niveau d'emploi.....).

2°- Profil de la femme entrepreneure (Age, situation matrimoniale, nombre d'enfants, niveau d'instruction, expériences acquises avant et durant le processus de création....).

3°- Identification de la femme entrepreneure (Personnalité et motivations, contraintes et obstacles, facteurs de réussite....).

2.4. Le déroulement de questionnaire

L'enquête a été entamée au début du mois d'avril 2022 pour s'achever courant du mois de mai de la même année. Celle-ci a pu être menée à terme après l'avoir réorientée sur le net en raison

des contraintes de transports rencontrées pour joindre les entreprises ciblées, manque de collaboration et réticences de certaines femmes contacté., entraînant ainsi de fait, un échantillonnage, limité, considéré par contrainte comme règle de base. A partir d'un cas on donne une analyse générale

Ainsi un questionnaire a été publié en ligne, ce qui a permis de récolter vingt réponses. L'option du questionnaire sur support papier a été tout de même maintenue et a consisté à distribuer vingt exemplaires dans la ville même de Bejaïa. A ce juste titre, il y'a lieu de noter que les entrepreneures qui ont daigné répondre à notre questionnaire nous ont accueillies avec amabilité et courtoisie, écoutées et fait bénéficier de leurs expériences acquises tout au long de leurs parcours. ... donc on était obligé de limiter notre échantillon et utiliser la méthode.

2.5. La taille de l'échantillon

Présentation de l'échantillon des femmes entrepreneures ciblées et contactées:

Tableau N° 11 : Présentation de la taille de l'échantillon de l'enquête

Nature de questionnaire	Nombre de questionnaire	Questionnaire remplie	Cas de refus
Sur support papier	25	7	19
Mis en ligne	50	14	36
Total	<u>75</u>	<u>21</u>	<u>55</u>

Source : établie par nous même

3. Présentation des données récoltées au terme de l'enquête

3.1. Présentation de l'entreprise

Cette partie est dédiée à l'identification de l'entreprise et de l'entrepreneure ciblée par l'enquête, aux fins de déterminer avec exactitude ses caractéristiques, ses lieux d'habitation et d'implantation...

3.1.1. Lieu d'implantation de l'entreprise

Sur l'échantillonnage de femmes entrepreneures enquêtées, 71,40 % déclarent que leurs entreprises sont implantées en zone urbaine et 14,3 % activent en zone d'activités spécialement dédiées aux entreprises. Il est relevé également le même taux pour les entreprises implantées en zone rurale, soit 14,3%.

Tableau N° 12 : Répartition des entreprises des femmes entrepreneures enquêtée selon le lieu d'implantation

Lieu d'implantation	Nombre d'entreprises	Taux
Zone urbaine	15	71,4%
zone rural	3	14,3%
Zone d'activités	3	14,3%
Total	<u>21</u>	100%

source : établie par nous même

Tableau N° 12.1 : répartition des entreprises des femmes entrepreneures de l'enquête selon leurs régions dans la wilaya de Bejaia

La région dans la wilaya de Bejaia	Nombre de femme entrepreneures	Taux
Bejaia ville	10	47,61%
Akbou	5	23,80%
Aokas	2	9,52%
Souk el tenine	2	9,52%
Kheratta	2	9,52%
Totale	<u>21</u>	100%

Source : établie par nous même

3.1.2. La taille des entreprises gérées par les femmes entrepreneures de notre échantillon

76,20 % des femmes entrepreneures enquêtées privilégient de créer des micros-entreprises de un à neuf employés en raison très probablement de la faiblesse des ressources nécessaires à leur création et facilité de gestion.

Les entreprises individuelles et celles dites petites, elles représentent une proportion 9,5 % chacune.

La grande entreprise de par sa taille et l'importance des ressources nécessaires à sa création (Assiette foncière importante, moyens financiers...), elle n'est privilégiée que par 4,8 % de l'échantillonnage de la population enquêtée.

Tableau N° 13 : Repartition des femmes entrepreneures selon le taille de l'entreprise

Taille d'entreprise	Nombre d'entreprise	Taux
Entreprise individuelle	2	9.5%
Micro entreprise [1 à 9 employés]	16	76.2%
Petite entreprise [10 à 49 employés]	2	9,5%
Moyenne entreprise [50 à 249 employés]	1	4,8%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

3.1.3. La forme juridique de l'entreprise

Vues sous l'aspect du statut juridique, la répartition des femmes entrepreneures ciblées par l'enquête de terrain menée démontre que les femmes entrepreneures sont majoritairement (A 76,20 %) créatrices d'entreprises individuelles. Elles privilégient donc les projets de de petites tailles qui ne nécessitent pas la rédaction de statuts, d'organes de gestions ou de capital social. Leurs créations se limitent à des formalités simplifiées à accomplir auprès du CNRC.

Quant aux femmes exerçant des professions libérales, elles ne représentent que 9,6 %. Celles-ci sont suivies par les Sarl avec 9,5 % puis les SNC avec 4,8 %.

Tableau N° 14 : La repartition des entreprises gérées par les femmes selon la forme juridique

Forme juridique	Nombre	Taux
Personne physique	16	76,2%
SARL	2	9,5%
SNC	1	4,8%
Profession libérale	2	9,6%
Total	<u>21</u>	<u>100</u>

Source : établie par nous même

3.1.4. Le statut juridique du local commercial de l'entreprise

Les données récoltées au titre du statut juridique du local illustrent qu'une large majorité des locaux où les femmes exercent leurs activités économiques sont issus de la location dans 76.26 % des cas. La tranche de locaux en propriété représente 19% des locaux commerciaux

exploités par les femmes entrepreneurs. Les biens familiaux dans l'indivision et ceux découlant d'un héritage représentent 14,30% des locaux exploités.

Cette prédominance du recours à la location est entre autres dictée par la cherté des biens immobiliers commerciaux à la vente, sans toutefois omettre que même le marché de la location affiche également des prix très exorbitants pour certains dont locaux dont l'implantation est bien située.

Tableau N°15 : Répartition des entreprises gérées par des femmes selon le statut juridique de local commercial de la wilaya de Bejaia

Statut juridique	Nombre	Taux
Propriété personnelle	4	19%
Bien familiale	3	14,3%
Location	14	76,2%
En concession	-	-
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

3.1.5. La nature de l'activité de l'entreprise

A la lecture des données récoltées au terme de l'enquête de recherche menée, il est relevé que les femmes entrepreneures sont quasiment présentes dans tous les secteurs économiques y'compris dans celui du BTPH et de l'industrie réputées être des activités masculines par excellence. Toutes fois, la proportion de femmes activant dans ces deux secteurs reste relativement très faible.

Aussi il à noter à ce juste titre, que la majorité des femmes entrepreneures enquêtées activent dans les secteurs conventionnels tels que les service ,le commerce et l'artisanat à des proportions respectives de 33,30% ,23,80%,14,30%. Ces femmes sont ainsi spécialisées dans les activités de prêt à porter, d'instituts de beauté, des garderies d'enfants, des écoles privées de soutien scolaire et des agences de communication. Le secteur de industrie représentant une proportion de 14,30% de la population de femmes entrepreneurs enquêtées est quant à lui spécialisé surtout dans l'industrie agro-alimentaire et accessoirement dans celle des cosmétiques.

Quant aux femmes entrepreneures activant dans le cadre des professions libérales (Médecins, pharmaciennes, laboratoires d'analyses médicales et technico-physiques, architectes...), elles représentent 9,50% de la population sondée.

Tableau N°16 : Répartitions des femmes entrepreneures selon le secteur d'activité

Nature de l'activité	Nombre	Taux
B.T.P.H	1	4,3%
Industrie	3	14,3%
Commerce	5	23,8%
Service	7	33,3%
Artisanat	3	14,3%
Profession libérale	2	9,5%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

3.1.6. Constituante humaine des secteurs d'activités investis par les femmes entrepreneures enquêtées

La constituante humaine des secteurs d'activité investis par les femmes entrepreneures dénote d'une participation de plus en plus active des femmes dans le secteur économique et celui des affaires. En effet 47,6 % des femmes déclarent activer dans un milieu à forte concentration féminine, et 38,1 % activent dans des milieux où la parité homme / femme est clairement affichée.

Les activités évoluant avec une proportion d'hommes supérieure à celle des femmes ne représentent désormais que 14,3%. Ceci réaffirme encore une fois que la femme a su et pu conquérir le milieu économique de façon décisive et irréversible.

Tableau N° 17 : répartition des secteurs d'activités selon la constituante humaine

Constituante humaine de secteurs d'activités	Nombre	Taux
Comprend plus de femmes	10	47,6%
Comprend plus d'hommes	3	14,3%
Représentation légale	8	38,1%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

3.1.7. L'origine de choix de création de l'entreprise par les femmes entrepreneures enquêtées

Selon les données de l'enquête nous avons constaté que la majorité des femmes entrepreneures, leurs nature de choix de création d'entreprise est établi par leur spécialité acquise dans leur formation elles représentent un taux de 76.19%.

Les opportunités économiques aussi représentent 38.09% de la nature de choix de création de leurs entreprises. Et par rapport à la nature de choix de création de leurs entreprise construit a partir des conditions attractives octroyés par les dispositifs d'aide ca la création d'entreprise et a partir des conseils et orientations de proche au amis, il représente un taux égale à 14.28%

Tableau N° 18 : l'origine de choix de création de l'entreprise par les femmes entrepreneures enquêtées

La nature de choix de création d'entreprise	Nombre	Taux
Les conditions attractives octroyées par les dispositifs d'aide à la création d'entreprise.	3	14,28%
Des conseils et orientation de proches ou amis.	3	14,28%
Des opportunités économiques.	8	38,09%
Votre spécialisation acquise de votre formation.	16	76,19%

Source : établie par nous même

3.2. Profils de l'échantillon des femmes entrepreneurs enquêtées de la wilaya de Bejaïa

3.2.1. Lieu de résidence des femmes entrepreneures de l'échantillon enquêtées

Tableau N°19 : Répartition des femmes entrepreneures enquêtées par lieux de résidence

Milieu	Nombre de femme entrepreneures	Taux
Urbain	18	85,71%
Rural	3	14,28%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

Les femmes entrepreneures sont plus présentes dans le milieu urbain avec un taux de 85,71%. Par contre en milieu rural on remarque leur très faible présence, avec un taux 14,28%. Ainsi pour 3 femmes activant en milieu rural et enregistre 18 femmes dans le milieu urbain.

3.2.2. L'âge des femmes entrepreneures enquêtées

Les informations découlant de l'enquête de sondage menée indiquent clairement que la tranche d'âge la plus active demeure celle située entre 35 et 40ans. Elle représente 61,90% de la population sondée et pourrait être de ce fait considérée comme la tranche d'âge idéale pour l'investiture du cham économique et des affaires.

Arrive en seconde position celle ayant entre 40 et 49 ans avec 14,28 % très probablement mères d'enfants adolescents. Aussi, il est supposé à ce juste titre que cette tranche d'entrepreneurs

ait franchi le pas de l'entrepreneuriat après avoir exercée et capitalisé une expérience en tant que salarié à la recherche de perspectives meilleures.

Quant à celle dont la tranche d'âge est située entre 50 et 69 ans, elle représente une proportion de 9,52 % et sont mères d'enfants adultes ne constituant pas une contrainte à leur émancipation et exercice de leurs activités. Elles sont généralement les pionnières dans le domaine de l'entrepreneuriat.

Tableau N°20 : La répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon les tranches d'âges.

La tranche d'âge	Nombre	Taux
Moins de 25 ans	1	4,76%
De 25 - 35 ans	2	9,52%
De 35 - 40 ans	13	61,90%
De 40 - 49ans	3	14,28%
De 50 – 69ans	2	9,52%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

3.2.3. La situation matrimoniale

En termes de situation matrimoniale, il est constaté qu'il existe une parité presque parfaite entre femmes entrepreneures célibataires et celles mariées. Il est enregistré 52% de femmes célibataires contre 48% mariées.

Tableau N° 21 : La répartition des femmes entrepreneures enquêtés selon la situation matrimoniale.

Etat civile	Nombre	Taux
Célibataire	11	52,4%
Marié	10	47,6%
Total	<u>21</u>	<u>100</u>

Source : établie par nous même

➤ Des réponses spécifiques par des femmes entrepreneures mariées

A travers l'échantillonnage de femmes sondées, ont été recensées neuf femmes entrepreneures mariées avec enfants et une seule femme entrepreneures mariées sans enfant.

Tableau N° 22 : Les femmes entrepreneures mariées (avec enfants ou sans enfants)

Réponses	Nombre des femmes entrepreneures	Taux
Mariées	9	90%
Célibataires	1	10%
Total	10	100%

Source : établie par nous même

Pour certaines femmes, il est difficile de concilier travail-famille. Êtes-vous d'accord ?

Tableau N° 23 : Répartition des femmes entrepreneures selon leurs réponses à la conciliation travail-famille

Réponses	Nbre de femmes	Taux
Oui	9	42,9%
Non	12	57,1%
Total	21	100%

Source : établie par nous même

Selon l'enquête 57,1% des femmes entrepreneure ont répondues par non il n'est pas difficile de concilier travail-famille et 42,9% en réponsus par oui il est difficile de concilier travail-famille.

Tableau N° 24 : Répartition des femmes entrepreneures selon la compatibilité avec leur vie familiale.

	Etre salariée	Taux	Etre chef d'entreprise	Taux
Tout à fait d'accord	5	23,80%	19	90,47%
Non pas du tout	16	76,19%	2	9,52%

source : établie par nous même

Suivant les données récoltées au terme de l'enquête menée sur un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaïa, la majorité d'entre elles soit 90,94 % privilégient l'accession au statut de chef d'entreprise plutôt qu'a celui de salariée (9,52%).

3.2.4. Niveau d'instruction

Par niveaux d'instruction les femmes entrepreneures d'un niveau universitaire représentent 76,19 %. Celles ayant un niveau d'enseignements généraux moyens et secondaires confondus représentent 23,80%. Ceci dénote de la prédisposition des femmes d'un niveau d'instruction supérieur à accéder au statut d'entrepreneure.

Tableau N°25 : Répartition des femmes entrepreneures selon le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Nombre	Taux
Cycle moyen et secondaire	5	23,80 %
Formation professionnel	0	0%
Universitaires	16	76,19 %
TOTAL	21	100 %

Source : établie par nous même

Selon les données de l'enquête, 56 ,25% des femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia détiennent des diplômes de niveau Licence, 37,50% celui de Master et enfin 6,25 sont des doctorantes.

3.2.5. Expérience salariales des femmes entrepreneures et son utilité

➤ La répartition des femmes entrepreneures qui ont exercé une activité salariale antérieure à l'entrepreneuriat :

Sur la question de leurs activités salariales éventuellement exercées par les femmes entrepreneures au terme de leurs études et avant qu'elles ne lancent leurs projets.

71,42 % des femmes entrepreneurs enquêtées affirment que qu'avant qu'elles ne se soient lancées dans l'entrepreneuriat, elles ont eu une expérience en tant que salariées, on directement induit la recherche de l'information relative à l'influence de l'expérience salariale sur l'activité entrepreneuriale.

Tableau 26 : Exercice d'activités salariales antérieures à l'entrepreneuriat.

	Nombre	Taux
Oui	15	71,42%
Non	6	28,57%
Total	21	100%

Source : établie par moi même

➤ Impact de l'expérience salariale sur la réussite des projets entrepreneurials

Sur la question de savoir le degré d'influence et d'aide de l'expérience professionnelle salariale pour le murissement et le lancement de leurs projets,

57,14 de l'échantillonnage de femmes entrepreneures enquêtées estiment que l'expérience professionnelle acquise et capitalisée en tant que salariée antérieurement à l'entrepreneuriat, leur a été bénéfique et déterminante et a même positivement influencé dans la réussite de leurs projets.

Tableau 27 : Impact de l'expérience salariale sur la réussite des projets entrepreneuriaux

Réponses	Nombre de femmes entrepreneures	Taux
Oui	12	57,14%
Non	9	42,85%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

➤ **L'utilité de l'expérience professionnelle acquise antérieurement à la carrière d'entrepreneuriat**

Sur la question posée au sujet de l'utilité de l'expérience salariale acquise antérieurement à la carrière d'entrepreneuriat.

Tableau 28 : L'utilité de l'expérience professionnelle pour les femmes entrepreneures enquêtées

Utilité de l'expérience professionnelle	Nombre	Taux
Développer et mise en pratique de vos aptitudes entrepreneuriales	12	57,47%
Conforter votre esprit d'entreprendre et de prise de risques	7	33,33%
Détecter et saisir les opportunités d'affaires qui vous sont offertes.	11	52,38%

Source : établie par nous même

Selon l'enquête l'expérience a été utile pour le développement et la mise en pratique des aptitudes entrepreneuriales avec un taux de 57,47%, puis pour détecter et saisir les opportunités d'affaires qui sont offertes avec un taux de 52,38%, et 33,33% pour conforter l'esprit d'entreprendre et de prise de risques.

À partir des réponses positives des femmes entrepreneures on a encore approfondie nos recherches sur l'utilité de l'expérience professionnelle et la formation acquise, à faire murir et lancer leur projet. On a :

3.2.6. La répartition des femmes entrepreneures par la formation acquise sur l'entrepreneuriat

Sur la question de savoir si les femmes entrepreneures avaient bénéficiées d'une formation spécialisée sur l'entrepreneuriat, on consigne les réponses ci-après :

47 % affirment n'avoir pas bénéficié de formations préalables à l'engagement de leurs projets d'entrepreneuriat, contre 47,61 % qui déclarent en avoir bénéficiées.

Tableau 29 : Les réponses de femmes entrepreneures beneficiaire dune formation specilisees en entrepreneuriat.

	Nombre	Taux
Oui	10	47,61%
Non	11	52,38%
Total	21	100%

Source : établie par nous-même

➤ **La répartition des femmes entrepreneures selon le mode de formation fait**

Sur la question : d'identification du mode de formation subie.

47,61 % déclarent l'avoir subie auprès d'une école privée, donc à leurs frais exclusifs, 19,04% dans le cadre d'une initiation par un entrepreneur actif, 19,04 % au cours d'un séminaire. Les non exprimés représentent 23,80%.

Tableau 30 : Les differents modes de formation de l'entrepreneuriat pour les femmes entrepreneures enquêtés.

	Nombre	Taux
Un module ou une spécialité d'entrepreneuriat dans le cursus universitaire.	2	9,52%
Séminaire ou conférence de sensibilisation.	4	19,04%
Un témoignage d'entrepreneurs ou de professionnel.	4	19,04%
Une formation dans une école privée ou institut.	10	47,61%
Aucune	5	23,80%

Source : établie par nous même

3.2.7. Le financement des femmes entrepreneures

➤ **La répartition des femmes entrepreneures selon le mode de financement au début de lancement du projet**

Sur la question : d'identification du financement du départ du projet.

61,90 % des femmes entrepreneurs sondées déclarent avoir financées leurs projets sur leurs propres fonds et 38,09 % déclarent l'avoir fait sous forme de financement mixte (Apport personnel / crédit bancaire).

Tableau N°31 : Les différents modes de financement des femmes entrepreneures enquêtées.

Mode de financement	Nbre des femmes entrepreneures	Taux
Des fonds propres (Apport personnel).	13	61,90%
Financement mixte (Apport personnel / Crédit bancaire).	8	38,09%
Crédit bancaire	0	0
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

➤ **La répartition des femmes entrepreneures ayant sollicité l'aide d'un organisme de soutien**

Tableau N° 32 : Les réponses des femmes qui ont sollicité l'aide des organismes de soutien.

Réponses	Nombre des femmes entrepreneures	Taux
Oui	9	42,85%
Non	12	57,14%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous-même

Sur la question ayant eu à solliciter l'aide d'un organisme de soutien.

57,14 % des femmes sondées déclarent n'avoir pas sollicité d'aide d'organismes de soutiens, probablement en raison d'une aisance financière. Par contre 42,85 % affirment en avoir eu recours.

Tableau N° 33 : La répartition des femmes entrepreneures selon les organismes de soutien

Nom des organismes	Nombre	Taux
ANGEM	5	23,80%
ANADE Ex-Ansej	5	23,80%
ANDI	0	0
CNAC	0	0
Aucune	11	52,38%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : «établie par nous-même

Sur la question de l'identification de l'organisme de soutien dont les femmes entrepreneures ont bénéficiés, nous avons constaté que 52.38% n'ont pas eu d'aide des organismes de soutien.

47.6% ont demandées l'aide des organismes, soit 23.80% à ANGEM et la même proportion à l'ANADE.

Sur la question d'identification des actions d'accompagnement dont ont bénéficiées les femmes enquêtées.

42,85 % ont bénéficiés de l'avantage du local, 38,09 % de ceux d'ordre fiscaux et parafiscaux, 33,33 % de formations et 23,80 % de bonifications d'intérêts sur crédits.

Tableau N° 34 : La répartition des femmes entrepreneures selon les actions d'accompagnement dont elles bénéficiées

	Nombre	Taux
Financement avec intérêts bonifiés	5	23,80%
Avantages fiscaux et parafiscaux.	8	38,09%
Participation à des réunions d'information et d'initiation.	7	33,33%
Facilité d'obtention du local commercial ou foncier industriel destiné à l'activité projetée.	9	42,85%

Source : établie par nous-même

3.2.8. Environnement de la femme entrepreneure

➤ La qualification de statut d'entrepreneur par les femmes enquêtées

Sur la question de la qualification de statut d'entrepreneur par les femmes enquêtées.

76,19 % (16/21) estiment que l'atteinte de celui-ci est un défi, un challenge personnel. Pour 57,14 % (12/21) c'est une preuve de capacités et de compétences, pour 52,38 % (11/21) c'est une preuve d'autonomie. Seules 4,76 % (1/21) le considèrent comme une preuve d'émancipation.

On comprend par cette observation que les femmes entrepreneures enquêtés, on plusieurs définitions sur le statut entrepreneur pour celle qui le définit comme étant l'autonomie, c'est avoir la liberté d'organiser leur vie professionnelle et personnelle comme elles l'entendent.

D'autres s'accordent à dire que est une preuve d'émancipations, une preuve de capacités et un challenge personnel, c'est-à-dire prouver sa capacités à participer à la vie active et contribuer à la croissance économique et qu'elles aussi peuvent prendre des risques et générer de la richesse.

Tableau N° 35 : Répartition des femmes entrepreneures selon leurs définitions de statut entrepreneure

Définition de statut	Nombre	Taux
Etre autonome	11	52,38%
Une preuve d'émancipation	1	4,76%
Une preuve de vos capacités et vos compétences de gestionnaire	12	57,14%
Un défi, un challenge personnel	16	76,19%

Source : établie par nous même

Sur la question l'origine des motivations et de l'idée d'entreprendre et lancer un projet économique.

85,71 % de l'échantillonnage de femmes entrepreneures sondées les imputent à la volonté et conviction personnelles, et 28,57 % déclarent avoir saisie une opportunité qui s'est offerte à eux.

Tableau N° 36 : l'origine de l'idée d'entreprendre des femmes entrepreneures enquêtées

	Nombre	Taux
De votre volonté et conviction personnelles.	18	85,71%
D'une opportunité offerte et à saisir.	6	28,57%

Source : établie par nous même

Sur la question de la situation dans le temps du déclenchement de l'idée d'entreprendre entrepreneuriale. 33,33 % la datent de la période des études, 28,57 % la situent juste après les études, 19,04 % au terme d'expérience acquise après les études et des conseils et encouragement de leurs entourage.

Tableau N° 37 : la période d'apparition de l'idée d'entreprendre par les femmes

	Nombre	Taux
Durant le cursus des études	7	33,33%
Juste après l'obtention de votre diplôme	6	28,57%
Après obtention de votre diplôme et une expérience professionnelle.	4	19,04%
D'un conseil et encouragement de votre entourage.	4	19,04%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Source : établie par nous même

Section 2 : analyse des résultats de l'enquête

Dans cette partie nous allons analyser les données collectés auprès de l'échantillon des femmes entrepreneures en expliquant quelque éléments et vérifier nos informations par l'utilisation de logiciel SPSS, dont le test de khi deux et le test de contingence.

1. Les motivations des femmes entrepreneures

1.1. Les types d'entrepreneuriat qui motive l'entrepreneur

Tableau N° 38 : Répartition des femmes entrepreneures selon le type d'entrepreneuriat

Type d'entrepreneuriat	Nombre	Taux
Entrepreneuriat de nécessité	18	85,71%
Entrepreneuriat d'opportunité	3	14,28%
Total	<u>21</u>	<u>100%</u>

Sur la question des types d'entrepreneuriat qui motivent les femmes entrepreneures enquêtées

85,71 % considèrent que c'est par nécessité qu'elles se sont engagées dans l'entrepreneuriat, et 14,28 % déclarent que c'est par opportunité d'affaires qu'elles ont intégré le monde de l'entrepreneuriat.

1.1.1. Entrepreneuriat par nécessité

Sur la question : de la finalité du recours à l'entrepreneuriat de nécessité.

33,33 % de la population de femmes sondées l'imputent à la ferme volonté de sortir du chômage, 28,80 % à la quête d'une reconnaissance sociale, 28,80 % également en raison d'une insatisfaction ressentie durant une carrière salariale, 23,80 % pour faire à une insécurité de l'emploi.

Tableau N° 39 : Répartition des femmes entrepreneures selon les motivations de nécessité

Entrepreneuriat de nécessité	Nombre	Taux
Sortir du chômage en l'absence d'alternatives.	7	33,33%
En quête d'une reconnaissance sociale.	5	28,80%
Insatisfaction dans la carrière personnelle.	6	28,50%
Insécurité d'emploi	5	23,80%
Réponse à des impératifs familiaux (Reprise d'une entreprise familiale).	3	14,28%

Source : établie par nous même

a. La répartition des motivations de type nécessité par rapport au lieu de résidence

Il relève à la lecture de tableau ci-dessus que le lieu de résidence des femmes entrepreneures a une influence sur les motivations de nécessité, la raison de sortir de chômage est la principale raison qui motive les femmes entrepreneures dans la zone urbaine avec un taux de 100% aucune femme de la zone rurale est motivée à sortir de chômage.

Ensuite on a 80% des femmes motivées pour reconnaissance sociale dans la zone urbaine contre 20% des femmes rurales.

Pour la motivation de raison insatisfaction dans la carrière personnelle on a 66.66% des femmes issues de la zone urbaine contre 33.33% des femmes entrepreneures issues de la zone rurale. Pour la motivation en raison d'insécurité d'emplois on a 80% des femmes de la zone urbaine contre 20% dans la zone rurale et enfin pour la raison de réponse à des alternatives familiales on a 66.66% des femmes de la zone urbaine contre 33.33% des femmes de la zone rurale.

Ces résultats expliquent la dynamique entrepreneuriale se concentre dans les villes et que le nombre des femmes entrepreneures motivées de la zone urbaine est élevé en raison que ces dernières ont bénéficié plus aisément des meilleures conditions de scolarisation et de formations qui sont offertes par la proximité des établissements. L'accès à la source d'information, accès à des opportunités entrepreneuriales.

Il est constaté par contre une très faible motivation de femmes entrepreneures issues du milieu rural ciblé par l'enquête menée. Cet état de fait est très probablement dû aux contraintes socioculturelles très dominantes en milieu rural et aboutissant à une forme de discrimination très répandue entre homme et femme. Cette dernière étant toujours cloîtrée dans les tâches domestiques, laissant sciemment à l'homme toutes les prérogatives de la vie économique de la famille.

b. La répartition des motivations de type nécessité par rapport à l'âge

En analysant les données ci-dessus consignées et traitant de la répartition des motivations des femmes entrepreneures par rapport à l'âge, il a été relevé une concentration d'une bonne majorité de celles-ci sont âgées de (30-40 ans).

Elles sont majoritairement motivées en raison de pallier une situation de chômage ou l'impossibilité à trouver un travail avec un taux de 71%, l'insécurité d'emploi avec un taux de 50% étant donné que les femmes ont plus de barrières face à l'emploi. Elles sont, selon une étude de l'Organisation Internationale du Travail (ILO, 2004) moins embauchées et vite licenciées. 40% pour une insatisfaction de la carrière personnelle c'est-à-dire un emploi non satisfaisant et pour lequel la rémunération n'est souvent pas suffisante ou, encore contourner des pratiques de discrimination ou de marginalisation au sein de travail (plafond de verre inclus), ou à la recherche de l'épanouissement au travers d'une carrière entrepreneuriale.

c. La répartition des motivations de type nécessité par rapport à la situation matrimoniale

A la lecture des données de tableau de lien entre la situation matrimoniale des femmes entrepreneures et les motivations de nécessité, on remarque une très forte motivation des femmes entrepreneures mariées c'est-à-dire les mampreneurs avec un taux de 58% contre 41% des femmes entrepreneures célibataires.

Cela signifie que les mampreneurs cherchent un travail satisfaisant qui leur permet l'autonomisation et l'indépendance pour la conciliation travail-famille au-delà des nécessités économiques c'est-à-dire

elles cherchent une meilleure condition, de vie pour leurs familles et l'ensemble des communautés comme une des principales raisons d'entreprendre.

Tableau N° 40 : croisé motivation de nécessité * lieux de résidence

		Lieux de résidence				Total	
		Rural		Urbain			
		N°	%	N°	%	N°	%
Motivation de nécessité	Sortir du chômage et l'absence d'alternative	0	0%	7	100%	7	100%
	Reconnaissance sociale	1	20%	4	80%	5	100%
	Insatisfaction dans la carrière personnelle	2	33.33%	4	66.66%	6	100%
	Insécurité d'emplois	1	20%	4	80%	5	100%
	Réponse à des impératives familiaux	1	33.33 %	2	66.66 %	3	100%

Source : Résultats obtenus par le logiciel SPSS

Tableau croisé N° 41 : Motivation de nécessité * âge de l'entrepreneur

			Age de l'entrepreneur				Total
			Moins25	25 à 35 ans	35 à 49	50 à 60	
Motivation de nécessité	Sortir du chômage et l'absence d'alternative	Effectif	0 _a	5 _a	2 _a	0 _a	7
		% dans motivation de nécessité	0,0%	71,0%	28,0%	0,0%	100,0%
	Reconnaissance sociale	Effectif	2 _{a, b}	2 _{a, b}	0 _b	1 _a	5
		% dans motivation de nécessité	40,0%	40,0%	0,0%	20,0%	100,0%
	Insatisfaction dans la carrière personnelle	Effectif	1 _a	1 _a	0 _a	0 _a	2
		% dans motivation de nécessité	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Insécurité d'emplois	Effectif	0 _a	1 _a	1 _a	0 _a	2
		% dans motivation de nécessité	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	Réponse à des impératifs familiaux	Effectif	3	9	3	1	16
		% dans motivation de nécessité	18,0%	56,0%	18,0%	6,0%	100,0%

Tableau croisé N° 42 : Situation matrimoniale * motivation de nécessité

			motivation de nécessité				Total
			Sortir du chômage et l'absence d'alternative	Reconnaissance sociale	Insatisfaction dans la carrière	Insécurité d'emplois	
Situation matrimoniale	Célibataire	Effectif	4 _a	2 _a	2 _a	3 _a	11%
		% dans motivation de nécessité	57.14 %	40%	40%	60%	50%
	Marié	Effectif	3 _a	3 _a	3 _a	2 _a	11%
		% dans motivation de nécessité	42.85%	60%	60%	40%	50%
Total		Effectif	7	5	5	5	22%
		% dans motivation de nécessité	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Résultats obtenus par logiciel SPSS

Les Tableaux croisée logiciel SPSS

Le logiciel SPSS est un logiciel de représentation des données statistiques, d'analyse et de traitement de données. Dans notre travail nous allons utiliser le type d'analyses dit l'analyse basique dont on va utiliser des tableaux croisés afin d'observer la relation ou l'association entre deux variables, on donne deux hypothèses puis on utilise le test de khi deux pour tester les deux hypothèses proposées afin de déterminer si les données sont conformes aux attentes et on utilise encore le test de contingence pour déterminer le degré de l'association entre les deux variables.

Lien entre motivation de nécessité 'sortir de chômage 'et 'lieux de résidence'

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si lieu de résidence explique bien le type de motivation sortir de chômage rencontré par les femmes entrepreneures.

Tableau croisé N°1 de logiciel : sortir de chômage \ lieux de résidence

Tableau croisé				
Effectif				
		MOTV NECESS* SORTIE DE CHOMAGE		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	0	3	3
	URBAIN	8	10	18
Total		8	13	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable sortie de chômage est indépendante de la variable lieu de résidence

H1 : la variable sortie de chômage n'est pas indépendante de la variable lieu de résidence

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	2,154 ^a	1	,142	,257	,215	
Correction pour continuité	,681	1	,409			

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,257 une valeur supérieure à 0,05 Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable 'sortir de chômage explique la variable lieu de résidence.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification	Signification Monte Carlo 95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,305	,142	,262 ^c	,253	,271
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,262 ; proche de la valeur 00 ; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement faible

Lien entre motivation de nécessité reconnaissance social et lieux de résidence

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si lieu de résidence explique bien le type de motivation reconnaissance sociale rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°2 de logiciel: retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		MOTV NECESS *RECONNAISSANCE SOCIALE		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	1	2	3
	URBAIN	3	15	18
Total		4	17	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **reconnaissance sociale** est indépendante de la variable **lieu de résidence**

H1 : la variable **reconnaissance sociale** n'est pas indépendante de la variable **lieu de résidence**

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
Valeur		ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,463 ^a	1	,496	1,000	,489	
Correction pour continuité ^b	,000	1	1,000			

On constate que la valeur de khi-deux est de 1,000 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable 'reconnaissance sociale' explique la variable lieu de résidence.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification	Signification Monte Carlo	
					95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,147	,496	1,000 ^c	1,000	1,000
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 1,000 égale la valeur 1 ;

Ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort.

Lien entre motivation de nécessité insatisfaction dans la carrière personnel et le lieu de résidence

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si lieu de résidence explique bien le type de motivation insatisfaction dans la carrière personnel rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé				
Effectif				
		MOTV NECESS* INSATISFACTION DANS LA CARRIERE PERSONNELLE		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	0	3	3
	URBAIN	4	14	18
Total		4	17	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **insatisfaction dans la carrière personnelle** est indépendante de la variable **lieu de résidence**

H1 : la variable **insatisfaction dans la carrière personnelle** n'est pas indépendante de la variable **lieu de résidence**

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,824 ^a	1	,364	,591	,511	

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,591 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable 'insatisfaction dans la carrière personnelle ' explique la variable lieux de résidence.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification	Signification Monte Carlo	
					95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,194	,364	,590 ^c	,580	,600
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,590 proche de la valeur 1 ;

Ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort

Lien entre motivation de nécessité insécurité d'emploi et lieux de résidence

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si lieu de résidence explique bien le type de motivation l'insécurité d'emploi rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°3 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé					
		Effectif			Total
		MOTV DE NECESS INSECURITE EMPLOI			
		OUI	NON		
lieux de résidence	RURAL	1	2	3	
	URBAIN	4	14	18	
Total		5	16	21	

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **insécurité d'emploi** est indépendante de la variable **lieu de résidence**

H1 : la variable **insécurité d'emploi** n'est pas indépendante de la variable **lieu de résidence**.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,175 ^a	1	,676	1,000	,579	
Correction pour continuité ^b	,000	1	1,000			

On constate que la valeur de khi-deux est de 1,000 une valeur supérieure à 0,05 Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable '**insécurité d'emploi**' explique la variable lieux de résidence.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence.

Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,091	,676	1,000 ^c	1,000	1,000
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 1,000 égale à la valeur 1 ;

Ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort.

Lien entre motivation de nécessité réponse à des impératifs familiaux et le lieu de résidence

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si lieu de résidence expliquent bien le type de motivation la réponse à des impératifs familiaux rencontré par les femmes entrepreneures.

--

Tableau croisé				
Effectif				
		MOTV DE NECESS *REPONSE IMPERATIFS FAMILIAUX		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	0	3	3
	URBAIN	3	14	17
Total		3	17	20

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable réponse à des impératifs familiaux est indépendante de la variable lieu de résidence

H1 : la variable réponse à des impératifs familiaux n'est pas indépendante de la variable lieu de résidence.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,623 ^a	1	,430	1,000	,596	
Correction pour continuité	,000	1	1,000			

On constate que la valeur de khi-deux est de 1.000 une valeur supérieure à 0,05 Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable '**réponse à des impératifs familiaux**' explique la variable lieux de résidence.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 1,000 proche de la valeur 1; ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort.

		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,174	,430	1,000 ^c	1,000	1,000
N d'observations valides		20				

Lien entre motivation de nécessité et situation matrimoniale

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la situation matrimoniale explique bien les motivations de nécessités rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé MOTIVATIONS DE NECESSITE*SITUATION MATRIMONIALE						
Effectif						
		MOTIVATIONS DE NECESSITE				Total
		SORTIR DU CHOMAGE	RECONNAISSANCE SOCILE	INSATISFACTI ON DANS LA CARRIERE PERSONNELE	Insécurité de L'EMPLOI	
SITUATION MATRIMONIALE	CELIBATAIRE	5	3	2	1	11
	MARIE	5	2	1	1	9
Total		10	5	3	2	20

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **motivation de nécessité** est indépendante de la variable **situation matrimoniale**

H1 : la variable **motivation de nécessité** n'est pas indépendante de la variable **situation matrimoniale**

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré			
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
khi-carré de Pearson	,337 ^a	3	,953

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,953 une valeur supérieure à 0,05 Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable 'motivation de nécessité' explique la variable situation matrimoniale.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques			
		Valeur	Signification approximative
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,129	,953
N d'observations valides		20	

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0,953 proche de la valeur 1; ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort.

1.1.2. Entrepreneuriat par opportunités

Sur la question : de l'opportunité d'entrepreneuriat engagé.

61,90 % déclarent l'avoir fait au titre d'un défi et challenge personnel, 23,80 % à la suite de la découverte d'une opportunité économique et 28,57 % en raison de l'identification d'un créneau d'affaires rentable.

Pour 14,28 % de la population sondée le coût de l'investissement était motivant. 9,52 % pour concrétisation d'une innovation.

Tableau N° 44 : Répartition des femmes entrepreneures par rapport aux motivations d'opportunités

	Nombre	Taux
Coût d'opportunité d'investissement, faible.	3	14,28%
Découverte d'une opportunité de marché.	5	23,80%
Concrétisation d'une innovation.	2	9,52%
Créneaux d'activité rentable	6	28,57%
Un défi, un challenge personnel.	13	61,90%

Source : établie par nous même

a. Le lien entre le lieu de résidence et les motivations d'opportunités

Tableau (croisé) N° 45 : Répartition des femmes entrepreneures par rapport au motivation et lieu de résidence

			Motivation d'opportunité					Total
			Cout d'opportunité d'investissement faible	Découverte d'opportunités de marché	Concentration d'une innovation	Créneaux d'activités rentables	Un défi, un challenge personnel	
Lieux de résidence	Rural	Effectif	0	1	0	0	2	3
		% dans motivation d'opportunité	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	14%
	Urbain	Effectif	2	3	1	6	6	18
		% dans motivation d'opportunité	100,0%	75,0%	100,0%	100,0%	75,0%	85%
Total		Effectif	2	4	1	6	8	21
		% dans motivation d'opportunité	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100%

Source : Résultats obtenus par logiciel SPSS

A la lecture des données du tableau de lien entre le lieu de résidence et les motivations d'opportunités des femmes entrepreneures issues des zones rurales, on remarque une très faible motivation d'opportunités , elles représentent 14% contre 85% des femmes issue des zones urbaines

Cela signifie que les zones rurales sont moins attractives à entreprendre par rapport à la zone urbaine. Ceci est probablement dû aux mêmes contraintes que celles relevées dans ce même cas au titre du lieu de résidence de motivation par nécessité , sans pour autant occulter la contrainte liée aux commodités nécessaires à toutes activité économique (Routes, gaz et électricité vocation juridique du foncier entre autres).

a. Le lien entre l'âge des femmes entrepreneures et les motivations d'opportunités

Tableau N° 46 : Répartition des femmes entrepreneures par rapport aux motivations et à l'âge.

			motivation d'opportunité					Total
			cout d'opportunité d'investissement faible	découverte d'opportunités de marché	concrétisation d'une innovation	créneaux d'activités rentables	un défi un challenge personnel	
Age de l'entrepreneur	moins 25	Effectif	0	0	0	1	2	3
		% dans motivation d'opportunité	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	25,0%	15,0%
	25 à 35	Effectif	2	3	0	2	5	12
		% dans motivation d'opportunité	100,0%	75,0%	0,0%	40,0%	62,0%	60,0%
	35 à 49	Effectif	0	1	0	1	1	3
		% dans motivation d'opportunité	0,0%	25,0%	0,0%	20,0%	12,0%	15,0%
	50 à 60	Effectif	0	0	1	1	0	2
		% dans motivation d'opportunité	0,0%	0,0%	100,0%	20,0%	0,0%	10,0%
	Total	Effectif	2	4	1	5	8	20
		% dans motivation d'opportunité	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Source : Résultats obtenus par logiciel SPSS

A la lecture des données de tableau de lien entre l'âge des femmes entrepreneures et les motivations d'opportunités, on remarque une très forte présence des femmes entrepreneures âgé entre (30-40) avec un taux de 60% suivie par 15% des femmes entrepreneures âgé de moins de 25 ans et entre (35-49) , (50-60) , soit respectivement 15% , 15% , 10% .

Cela est raison de fait que les femmes ont déjà eu des formations et ont déjà étai des salariées auparavant ce qui signifie quel expérience professionnel et salariale leur a étai un avantage à développer les aptitudes entrepreneuriale, détecter et saisir les opportunités d'affaire dans leurs environnement

b. Lien entre la situation matrimoniale et les motivations d'opportunités

Tableau (croisé) N° 47 : Situation matrimoniale * motivation d'opportunité

			motivation d'opportunité					Total
			cout d'opportunité d'investissement faible	découverte d'opportunités de marché	concrétisation d'une innovation	créneaux d'activité rentable	un défi un challenge personnel	
Situation matrimoniale	Célibataire	Effectif	2	2	1	1	5	11
		% dans motivation d'opportunité	100,0%	50,0%	100,0%	16,0%	62,0%	52,0%
	Marié	Effectif	0	2	0	5	3	10
		% dans motivation d'opportunité	0,0%	50,0%	0,0%	83,0%	37,0%	47,0%
Total		Effectif	2	4	1	6	8	21
		% dans motivation d'opportunité	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A la lecture des données de tableau de lien entre la situation matrimoniale des femmes entrepreneures et les motivations d'opportunités, on remarque une très forte présence des femmes entrepreneures célibataire avec un taux de 52% suivie par 47% des femmes mampreneurs.

Pour les femmes célibataire le faible cout d'opportunités des investissement et la principale raison de motivation par opportunité avec un taux de 100% suivie d'une découverte d'une innovation schumpetérienne qui les amènent à créer leurs entreprises, ainsi que elle considèrent l'entrepreneuriat comme défi et challenge personnelle d'un taux de 62%.

Pour les femmes mampreneurs la grande proportion est une motivation issue de créneaux d'activités rentable avec 83% et une découverte d'opportunités de marché avec 50%, c'est-à-dire elles investissent suite à un manque aperçus certaine femmes suite à leurs expérience maternelle elle détecté a un manque dans le marché de maternité et enfants étant donné que le marché de travail de monde maternité est un marché vierge et un marché moins répondue.

2. Les obstacles des femmes entrepreneures :

Sur la question : d'identification des principaux obstacles que pourrait rencontrer une femme entrepreneur.

38,09 % de l'échantillonnage de femmes enquêtés estiment que l'inexpérience et la peur de l'échec demeurent des obstacles les plus craints. La même proportion de population sondée (38,09 %) considère que l'inexpérience, le manque d'information et d'assistance sont des obstacles non négligeables également. La proportion de femmes estimant que les difficultés d'accès aux financements sont également un obstacle représente 28,57 %. Une même proportion (28,57 %) de femmes estime quant à elle que l'indisponibilité et la cherté des locaux commerciaux à la vente et à la location est aussi un obstacle.

Tableau N° 48 : Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures

Les obstacles	Nombre	Taux
Difficultés d'accès aux financements.	6	28.57%
Indisponibilité et cherté des locaux commerciaux ou fonciers.	6	28.57%
Le manque de confiance des partenaires économiques et bailleurs de fonds.	4	19.04%
Inexpérience et peur de l'échec.	8	38.09%
Manque d'information, conseil, assistance et orientation.	12	57.14%
Manque de relations professionnelles.	3	14.28%

Source : établie par nous même

2.1. Lieu entre les femmes entrepreneures et le lieu de résidence

Tableau (croisé) N° 49 : Lieux de résidence * les obstacles

		Les obstacles							Total	
		Difficultés d'accès aux financements	indisponibilité et cherté des locaux commerciaux	le manque de confiance des partenaires économiques	inexpérience et la peur d'échec	manque d'information	manque de relation professionnel	manque de soutien de l'entourage		
lieux de résidence	rural	Effectif	1	1	0	1	0	0	0	3
	% dans les obstacles		16,0%	20,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	15,0%
urbain	Effectif	5	4	1	1	4	1	1	17	
	% dans les obstacles		83,0%	80,0%	100,0%	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	85,0%
Total	Effectif	6	5	1	2	4	1	1	20	
	% dans les obstacles		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Source : Résultats obtenus par logiciel SPSS

A la lecture des données de tableau de lien entre le lieu de résidence des femmes entrepreneures et les obstacles, on remarque que les obstacles à entreprendre sont beaucoup plus dans la zone urbaine avec un taux de 85% contre 15% des obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures rurales.

Les principaux obstacles que les femmes de la zone urbaine rencontrent sont le manque d'information, manque de relations professionnels, le manque de confiance des partenaires professionnels et le soutien de l'entourage avec un taux de 100%. Suit de 80% pour l'accès au financement et l'indisponibilité et cherté des locaux commerciaux. Pour ce qui concerne l'obstacle classé comme un obstacle psychologique, il est moins présent un taux de 50%.

Pour les femmes de la zone rurale l'obstacle d'inexpérience et la peur d'échec est le principal obstacle.

Lien entre cout d’opportunité d’investissement faible et le lieu de résidence

L’objectif de ce croisement des deux variables est d’essayer de déterminer s’il y a un lien entre ces deux variables et si le cout lieu de résidence explique bien le cout d’opportunité investissement faible rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°5 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		MOTV OPPO COUT OPPO INVES FAIBLE		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	1	2	3
	URBAIN	2	16	18
Total		3	18	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable cout opportunité investissement faible déplacements est indépendant de la variable **lieu de résidence**

H1 : la variable cout opportunité investissement faible n’est pas indépendante de la variable **lieu de résidence**

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	1,037 ^a	1	,309	,386	,386	

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,386 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu’il y a un lien entre les deux variables est que la variable ‘**cout d’opportunité faible** explique la variable lieu de résidence.

Ainsi nous pouvons accepter l’hypothèse H1 et rejeter l’hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,217	,309	,388 ^c	,378	,397
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0,388 proche de la valeur 0;

Ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement faible.

Lien entre découverte d'opportunité de marché et lieu de résidence

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si le lieu de résidence de marché explique l'opportunité de marché rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°6 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		MOTV OPP DECOUVETE OPPO MARCHÉ		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	0	3	3
	URBAIN	5	13	18
Total		5	16	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable découverte d'opportunité est indépendante de la variable lieu de résidence

H1 : la variable découverte d'opportunité n'est pas indépendante de la variable lieu de résidence.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	1,094 ^a	1	,296	,549	,421	

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,549 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable "découverte d'opportunité de marché" explique la variable lieu de résidence de déplacement.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,222	,296	,549 ^c	,539	,559
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0,549 ; proche de la valeur 1 ; ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort

Lien entre concertation d'une innovation et le lieu de résidence

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable lieu de résidence explique bien concertation d'une innovation rencontrée par les femmes entrepreneures.

Tableau croisé N°7 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé					
		Effectif			Total
		MOTV OPPP CONCRETISATION INNOVATION			
		OUI	NON		
lieux de résidence	RURAL	0	3	3	
	URBAIN	2	16	18	
Total		2	19	21	

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **concertation d'une innovation** est indépendante de la variable **lieu de résidence**

H1 : la variable **concertation d'une innovation** n'est pas indépendante de la variable **lieu de résidence**

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	Ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,368 ^a	1	,544	1,000	,729	

On constate que la valeur de khi-deux est de 1.000 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable 'concertation d'une innovation explique la variable lieu de résidence.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0.

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,131	,544	1,000^c	1,000	1,000
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 1,000 ; proche de la valeur 1 ; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement fort

Lien entre créneaux d'activité rentable et lieu de résidence

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable lieu de résidence explique bien les créneaux d'activité rencontré par les femmes entrepreneures.

Tableau croisé N°7 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		MOTV OPPO CRENEAU ACTIVITE RENTABLE		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	1	2	3
	URBAIN	5	12	17
Total		6	14	20

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **créneaux d'activité rentable** est indépendant de la variable

H1 : la variable **créneaux d'activité rentable** n'est pas indépendant de la variable **créneaux d'activité rentable**

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,019 ^a	1	,891	1,000	,681	

On constate que la valeur de khi-deux est de 1.000 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable 'créneaux d'activité rentable' explique la variable lieu de résidence.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,031	,891	1,000 ^c	1,000	1,000
N d'observations valides		20				
c. Basé sur 10000 tables échantillonnées avec valeur de départ 726961337.						

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 1,000 ; égale la valeur 1 ; ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort.

Lien entre la motivation challenge personnel et lieu de résidence

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable lieu de résidence explique bien les lieux de motivation challenge personnel rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°8 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé							
Effectif							
		MOTV OPPORT DEFI CHALLENGE PERSONNEL					Total
		OUI	NON	2	3	4	
lieux de résidence	RURAL	1	0	0	1	1	3
	URBAIN	2	3	1	5	7	18
Total		3	3	1	6	8	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **challenge personnel** est indépendant de la variable **lieu de résidence**

H1 : la variable **challenge personnel** n'est pas indépendant de la variable **lieu de résidence**

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,266	,808		1,000 ^c	Limite inférieure 1,000
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 1,000 ; égale la valeur 1,000; ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort

Lien entre situation matrimoniale et cout d'opportunités d'investissement faible

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable cout d'opportunité d'investissement faible explique bien le lieu de situation matrimoniale

Tableau croisé N°9 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé					
		Effectif			Total
		MOTV	OPPO	COUT OPPO INVES FAIBLE	
		OUI	NON		
SITUATION MATRIMONIALE	CELIBATAIRE	3	8	11	
	MARIE	0	10	10	
Total		3	18	21	

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **situation matrimoniale** est indépendante de la variable **cout d'opportunité d'investissement faible**

H1 : la variable **situation matrimoniale** n'est pas indépendante de la variable **cout d'opportunité d'investissement faible**

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	3,182 ^a	1	,074	,214	,124	

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,214 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable "situation matrimoniale explique la variable cout d'opportunité d'investissement est faible.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0.

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,363	,074	,207 ^c	,199	,215
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,207 ; proche de la valeur 00 ; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement faible

Lien entre situation matrimoniale et découverte d'opportunité de marché

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable découverte d'opportunité explique la variable situation matrimoniale rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°10 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé					
		Effectif			Total
		MOTV OPP DECOUVETE OPPO MARCHÉ			
		OUI	NON		
SITUATION MATRIMONIALE	CELIBATAIRE	2	9	11	
	MARIE	3	7	10	
Total		5	16	21	

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **situation matrimoniale** est indépendante de la variable **découverte opportunité de marché**.

H1 : la variable **situation matrimoniale** n'est pas indépendante de la variable **découverte d'opportunité de marché**.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,403 ^a	1	,525	,635	,450	

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,635 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable "situation matrimoniale explique la variable découverte d'opportunité de marché.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
				Limite inférieure	Limite supérieure	
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,137	,525	,628^c	,619	,637
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,628 ; proche de la valeur 1 ; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement forte

Lien entre situation matrimoniale et concrétisation d'une innovation

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable concrétisation d'une innovation explique bien la situation matrimoniale rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°11 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		MOTV OPPP CONCRETISATION INNOVATION		Total
		OUI	NON	
SITUATION MATRIMONIALE	CELIBATAIRE	2	9	11
	MARIE	0	10	10
Total		2	19	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **situation matrimoniale** est indépendante de la variable **concrétisation d'une innovation**

H1 : la variable **situation matrimoniale** n'est pas indépendante de la variable **concrétisation d'une innovation**.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	2,010 ^a	1	,156	,476	,262	

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,476 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable "situation matrimoniale explique la variable concrétisation d'une innovation

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,296	,156	,473 ^c	,463	,483
N d'observations valides		21				
c. Basé sur 10000 tables échantillonnées avec valeur de départ 1556559737.						

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,473 ; proche de la valeur 00 ; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement faible.

Le lien entre situation matrimoniale et créneaux d'activité rentable

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable créneaux d'activité rentable explique bien la situation matrimoniale rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°12 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé					
		Effectif			Total
		MOTV OPPO CRENEAU ACTIVITE RENTABLE			
		OUI	NON		
SITUATION MATRIMONIALE	CELIBATAIRE	1	10	11	
	MARIE	5	4	9	
Total		6	14	20	

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **situation matrimoniale** est indépendante de la variable **créneaux d'activité rentable**

H1 : la variable **situation matrimoniale** n'est pas indépendante de la variable **créneaux d'activité rentable**.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	5,089 ^a	1	,024	,050	,038	

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,050 une valeur inférieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a pas un lien entre les deux variables est que la variable "situation matrimoniale explique la variable créneaux d'activité rentable.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H0 et rejeter l'hypothèse H1

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,450	,024	,046^c	,042	,050
N d'observations valides		20				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,046 ; proche de la valeur 00 ; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement faible.

Lien entre situation matrimoniale et la motivation d'opportunité challenge personnel

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable challenge personnel explique bien la situation matrimoniale rencontré par les femmes entrepreneurs.

Tableau croisé N°13 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé							
Effectif							
		MOTV OPPORT DEFI CHALLENGE PERSONNEL					Total
		OUI	NON	2	3	4	
SITUATION MATRIMONIALE	CELIBATAIRE	3	1	1	1	5	11
	MARIE	0	2	0	5	3	10
Total		3	3	1	6	8	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes :

H0 : La variable situation matrimoniale est indépendante de la variable challenge personnel.

H1 : la variable situation matrimoniale n'est pas indépendante de la variable challenge personnel.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants :

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Signification	Signification
khi-carré de Pearson	7,469 ^a	4	,113	,098 ^b	

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,098 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable "situation matrimoniale explique la variable challenge personnel.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence.

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,512	,113	,098^c	,092	,104
N d'observations valides		21				
c. Basé sur 10000 tables échantillonnées avec valeur de départ 1556559737.						

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,098 ; proche de la valeur 0; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement faible.

3. Les obstacles des femmes entrepreneures :

Sur la question : d'identification des principaux obstacles que pourrait rencontrer une femme entrepreneur.

38,09 % de l'échantillonnage de femmes enquêtés estiment que l'inexpérience et la peur de l'échec demeurent des obstacles les plus craints. La même proportion de population sondée (38,09 %) considère que l'inexpérience, le manque d'information et d'assistance sont des obstacles non négligeables également. La proportion de femmes estimant que les difficultés d'accès aux financements sont également un obstacle représente 28,57 %. Une même proportion (28,57 %) de femmes estime quant à elle que l'indisponibilité et la cherté des locaux commerciaux à la vente et à la location est aussi un obstacle.

Tableau N° 48 : Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures

Les obstacles	Nombre	Taux
Difficultés d'accès aux financements.	6	28.57%
Indisponibilité et cherté des locaux commerciaux ou fonciers.	6	28.57%
Le manque de confiance des partenaires économiques et bailleurs de fonds.	4	19.04%
Inexpérience et peur de l'échec.	8	38.09%
Manque d'information, conseil, assistance et orientation.	12	57.14%
Manque de relations professionnelles.	3	14.28%

Source : établie par nous même

3.1. Lien entre le lieu de résidence et les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures

Tableau (croisé) N° 49 : Lieux de résidence * les obstacles

		Les obstacles							Total	
		Difficultés d'accès aux financements	indisponibilité et cherté des locaux commerciaux	le manque de confiance des partenaires économiques	inexpérience et la peur d'échec	manque d'information	manque de relation professionnel	manque de soutien de l'entourage		
lieux de résidence	rural	Effectif	1	1	0	1	0	0	0	3
		% dans les obstacles	16,0%	20,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	15,0%
urbain	Effectif	5	4	1	1	4	1	1	17	
		% dans les obstacles	83,0%	80,0%	100,0%	50,0%	100,0%	100,0%	100,0%	85,0%
Total	Effectif	6	5	1	2	4	1	1	20	
		% dans les obstacles	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Source : Résultats obtenus par logiciel SPSS

A la lecture des données de tableau de lien entre le lieu de résidence des femmes entrepreneures et les obstacles, on remarque que les obstacles à entreprendre sont beaucoup plus dans la zone urbaine avec un taux de 85% contre 15% des obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures rurales.

Les principaux obstacles que les femmes de la zone urbaine rencontrent sont le manque d'information, manque de relations professionnels, le manque de confiance des partenaires professionnels et le soutien de l'entourage avec un taux de 100%. Suit de 80% pour l'accès au financement et l'indisponibilité et cherté des locaux commerciaux. Pour ce qui concerne l'obstacle classé comme un obstacle psychologique, il est moins présent un taux de 50%.

Pour les femmes de la zone rurale l'obstacle d'inexpérience et la peur d'échec est le principal obstacle.

Lien entre lieu de résidence et obstacle difficulté d'accès au financement

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable lieu de résidence explique bien obstacle de financement rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°14 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		OBSTACLES financement		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	2	1	3
	URBAIN	4	14	18
Total		6	15	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **lieu de résidence** est indépendant de la variable **difficulté d'accès au financement**.

H1 : la variable **lieu de résidence** n'est pas indépendant de la variable **difficulté d'accès au financement**.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivant :

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-carré de Pearson	2,489 ^a	1	.115		

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,115 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a pas un lien entre les deux variables est que la variable 'lieu de résidence n'est expliqué pas la variable difficulté d'accès au financement.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques			
		Valeur	Signification approximative
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,326	,115
N d'observations valides		21	

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,115 ; proche de la valeur 00 ; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement faible.

Lien entre lieu de résidence et le manque de confiance en soi

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable manque de confiance en soi explique le lieu de résidence rencontré par les femmes entrepreneures.

Tableau croisé N°15 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		OBSTACLES MANQUE D'inexpérience et peur d'échec		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	2	1	3
	URBAIN	4	14	18
Total		6	15	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **lieu de résidence** est indépendant de la **variable inexpérience et peur d'échec**

H1 : la variable **lieu de résidence** n'est pas indépendant de la variable **inexpérience et peur d'échec**

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-carré de Pearson	2,489 ^a	1	,115		

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,115 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable 'lieu de résidence explique la variable obstacle d'inexpérience et peur d'échec.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0.

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques			
		Valeur	Signification approximative
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,326	,115
N d'observations valides		21	

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,115 ; proche de la valeur 00 ; ceci explique que le lien entre les deux variable est relativement faible

Lien entre lieu de résidence et manque information et conseil d'orientation

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables manque d'information explique bien le lieu de résidence rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°16 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		OBSTACLES MANQUE D INFORMATION ET CONSEIL ORIENTATIONS		Total
		OUI	NON	
lieux de résidence	RURAL	0	3	3
	URBAIN	10	8	18
Total		10	11	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **lieu de résidence** est indépendant de la variable **manque d'information et conseil orientation**.

H1 : la variable **lieu de résidence** n'est pas indépendant de la variable **manque d'information et conseil orientation**.

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré					
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)
khi-carré de Pearson	3,182 ^a	1	,074		

On constate que la valeur de khi-deux est de 0,124 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable 'lieu de résidence explique la variable obstacles de manque d'information et conseil orientation.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques			
		Valeur	Signification approximative
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,363	,074
N d'observations valides		21	

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 0 ,074 proche de la valeur 00 ; ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement faible.

Lien entre situation matrimonial et obstacle de financement

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable obstacle de financement explique situation matrimoniale rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°17 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		OBSTACLES financement		Total
		OUI	NON	
SITUATION MATRIMONIALE	CELIBATAIRE	3	8	11
	MARIE	3	7	10
Total		6	15	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable situation matrimoniale est indépendante de la variable obstacle de financement

H1 : la variable situation matrimoniale n'est pas indépendante de la variable obstacle de financement

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,019 ^a	1	,890	1,000	,633	

On constate que la valeur de khi-deux est de 1,000 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable "situation matrimoniale explique la variable obstacle de financement.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0.

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence.

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,030	,890	1,000 ^c	1,000	1,000
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 1,000; égale la valeur 1; ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement fort.

Le lien entre situation matrimoniale et le manque de confiance des partenaires

L'objectif de ce croisement des deux variables est d'essayer de déterminer s'il y a un lien entre ces deux variables et si la variable manque de confiance des partenaires explique bien la situation matrimoniale des partenaires rencontré par les femmes entrepreneures

Tableau croisé N°18 de logiciel retrace la répartition des données

Tableau croisé				
Effectif				
		OBSTACLE MANQUE DE CONFIANCE PARTENAIRE		Total
		OUI	NON	
SITUATION MATRIMONIALE	CELIBATAIRE	1	10	11
	MARIE	0	10	10
Total		1	20	21

Nous avançons les deux hypothèses suivantes

H0 : La variable **situation matrimonial** déplacement est indépendante de la variable **manque de confiance des partenaires**.

H1 : la variable **situation matrimonial** n'est pas indépendante de la variable **manque de confiance des partenaires**

Le test de Khi-DEUX nous fournit les résultats suivants

Tests du khi-carré ^c						
	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)	Sig. exacte (bilatérale)	Sig. exacte (unilatérale)	Point de probabilité :
khi-carré de Pearson	,955 ^a	1	,329	1,000	,524	

On constate que la valeur de khi-deux est de 1,000 une valeur supérieure à 0,05

Ceci explique qu'il y a un lien entre les deux variables est que la variable "situation matrimoniale explique la variable obstacle manque de confiance des partenaires.

Ainsi nous pouvons accepter l'hypothèse H1 et rejeter l'hypothèse H0

Test de contingence

Il est important de déterminer la force du lien existant entre les deux variables ; par conséquent ; nous procédons au calcul du test de contingence

Mesures symétriques						
		Valeur	Signification approximative	Signification Monte Carlo		
				Signification	95% Intervalle de confiance	
					Limite inférieure	Limite supérieure
Nominal par Nominal	Coefficient de contingence	,209	,329	1,000 ^c	1,000	1,000
N d'observations valides		21				

Le coefficient de contingence est d'une valeur de 1,000 proche de la valeur 00 ; ceci explique que le lien entre les deux variables est relativement faible

Synthèse de ce qui ressort de notre enquête :

La majorité des femmes entrepreneures sont issues de la zone urbaine.

La plupart des entreprises sont des micros-entreprises dont le financement de départ provient dans 60,90 % des cas d'un apport personnel et dans 38,08 % d'un montage financier mixte (Apport personnel complété par un crédit ANADE ou ANGEM et bancaire).

Les locaux où sont exercées les activités sont à très faible proportion une propriété de l'entrepreneure et dans une majorité issus de la location auprès de tiers.

Nous avons eu à relever également que les femmes entrepreneures opèrent dans tous les secteurs et branches des activités économiques et des affaires, toutes fois la quasi majorité d'entre elles se concentrent dans les secteurs des services, commerce de revente et artisanat.

En ce qui a trait à leur niveau d'instruction, il ressort que ces femmes entrepreneures ont suivies des études supérieures sanctionnées par une licence et master dans la majorité des cas.

Dans 71,42% des femmes qui se sont lancées dans l'entrepreneuriat ont affirmé avoir exercé une activité salariale avant de se lancer dans le domaine des affaires et que l'expérience capitalisée à ce titre leur a été bénéfique et même eu un impact positif sur leur nouvelle vocation entrepreneuriale en leur permettant de bien murir leurs projets et de gérer leurs entreprises.

La majorité des femmes entrepreneures ont affirmé s'être engagées dans l'entrepreneuriat par une volonté et conviction personnelle et que l'idée d'investir le monde des affaires a commencée à germer au terme des études et parfois même au cours de ceux-ci.

Sur la question des types d'entrepreneuriat qui motivent le plus les femmes entrepreneures enquêtées à travers la wilaya de Bejaia, celui de la nécessité reste dominant avec 85,71 % de l'échantillonnage de la population enquêtée. Par contre, enquête de reconnaissance sociale alors que 28,80% se sont engagés dans l'entrepreneuriat en quête de reconnaissance, 33,33% ont été motivés quant à eux par la contrainte du chômage. On utilisant le logiciel SPSS pour la vérification de l'hypothèse par le test de khi deux et le test de contingence on trouve que la relation entre plusieurs variables des tableaux croisés dont on a associé la motivation sortir de chômage sont conforme

Ceci confirme notre première hypothèse en la matière, à savoir que le sentiment de sortir du chômage est la principale motivation des femmes entrepreneures enquêtées à travers la wilaya de Bejaia.

Par ailleurs, il nous a été données de relever à travers notre enquête que les femmes entrepreneurs sont confrontées à l'existence de contraintes non des moindres et qui freinent souvent leur élan. Le manque d'information et sa vulgarisation est la contrainte la plus invoquée avec une proportion de 57,14 % , afin de confirmer notre hypothèse on a également utilisé le logiciel SPSS pour vérifier la conformité entre l'obstacle de manque d'information ,conseil , orientation et plusieurs variables et cela par les deux test de khi deux et de contingence le résultat obtenu est la présence d'une associations et une relations entre cette obstacle et les variables du tableaux croisées.

Ceci nous amène à confirmer notre deuxième hypothèse qui consiste à dire que : le manque d'information constitue le principal obstacle qui entrave les femmes entrepreneures dans leurs aventure entrepreneuriale.

Le manque d'affiliation et de relation aux milieux professionnels spécialisés, l'indisponibilité et la cherté des locaux aussi bien à l'achat qu'à la location, le manque de soutien de l'entourage sont également autant de contraintes que les femmes entrepreneurs invoquent et qualifient comme bloquantes. Quant aux financements des projets, il n'est pas considéré comme contrainte notable.

Conclusion

A travers notre recherche et l'enquête menée nous avons essayé de donner une définition de l'entrepreneuriat féminin ainsi que les caractéristiques des femmes entrepreneures activant à travers la wilaya de Bejaia.

Nous pourrions comprendre selon les deux types de motivations d'entreprendre les raisons de l'intégration des femmes entrepreneures au monde de l'entrepreneuriat. Ces femmes entrepreneures enquêtées sont majoritairement issues des zones urbaines, ayant un niveau d'instruction d'études supérieures universitaires. Ceci dénote que la majorité d'entre elles entreprennent pour sortir de chômage, pour des nécessités économiques ainsi que l'indépendance et l'autonomisation en particulier pour les femmes mariées avec enfants ce qui leur procure une flexibilité entre tâche familiale et professionnelle.

Pour les obstacles qui entravent les femmes entrepreneures enquêtées est principalement le manque d'information au niveau des administrations publiques et pour l'accès au marché de travail, en suite on a le manque de confiance des partenaires, un manque de relations professionnelles et enfin le manque de soutien de l'entourage.

Conclusion générale

L'entrepreneuriat est un phénomène qui a de multiples fonctions, il fait interagir plusieurs domaines d'intervention, l'économie, la sociologie et voir même la psychologie...ect L'entrepreneuriat est incontestablement et objectivement assimilé à la combinaison des facteurs de production, à la création d'emplois, d'innovation et enfin de richesse induisant la croissance.

L'entrepreneur est le pivot de tout ce cycle, à travers son engagement à prendre des risques économiques pour faire prospérer son entreprise. Il saisit toutes les opportunités d'affaires qui se présentent à lui, et mène une politique d'innovations perpétuelles pour consolider et agrandir ses parts de marchés.

L'apparition de l'approche genre celle de l'entrepreneuriat en 1970 a donné naissance à l'entrepreneuriat féminin. Ce dernier a transgressé les limites entre les disciplines. Il s'est construit un positionnement scientifique et s'est imposé comme un phénomène suscitant la transversalité et l'usage d'une approche multidisciplinaire (sociologie, science du comportement, sciences de gestion...).

Les approches mobilisées dans ces modèles concernent aussi bien des approches non féministes que féministes. Tous ces modèles s'appuient sur l'approche processuelle de l'entrepreneuriat.

En effet, les modèles utilisant la première approche dite non féministe sont axés sur l'étude des facteurs individuels et environnementaux qui affectent l'avènement de l'entrepreneuriat. Ils s'appuient sur une perspective comparative entre les différences dans les traits de personnalité des hommes et des femmes entrepreneurs. Les modèles de la seconde approche-féministe s'intéressent à l'étude des contextes socioculturels et socioéconomiques qui peuvent influencer la démarche des éventuelles entrepreneures. Ces modèles mettent en exergue le fait que la démarche entrepreneuriale est «genrée».

Dans ce travail, nous nous sommes focalisé sur la présentation de l'entrepreneuriat féminin par un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaïa. Tout d'abord on a établi un aperçu théorique sur l'entrepreneuriat et l'entrepreneur et l'entrepreneuriat et l'entrepreneur en Algérie.

Des différents concepts et explications relatifs au sujet, ensuite on a dans lequel nous avons cerné notre recherche sur notre principale thématique qui est l'entrepreneuriat féminin nous avons essayé de faire une recherche approfondie sur les concepts relatif à l'entrepreneuriat féminin et la femme entrepreneure on citons leurs motivations et obstacles, sa place à travers le monde en ce

qui concerne sa promotion et son développement par les mise en place des programmes et des lois gouvernementaux

Enfin notre travail de recherche de cadre pratique mené à l'aide d'un questionnaire auprès de 21 femmes entrepreneures, nous a permis d'apporter quelques éléments de réponse à notre problématique principale et à vérifier notre hypothèse émise.

A ce titre, un éclairage théorique sur les concepts entrepreneuriat, entrepreneuriat féminin et femme entrepreneur a été nécessaire.

La présente étude circonscrite à la seule wilaya de Bejaia bien que basée sur un échantillonnage de population enquêtée très restreinte, elle reflète tout de même, en comparaison avec la réalité du quotidien relaté par les entrepreneurs notamment les femmes entrepreneures

Aussi, ces statistiques qui ne recensent que l'activité formelle (Légale), et en l'absence de données crédibles, la population de femmes entrepreneurs exerçant dans le secteur informel ne peut être objectivement évaluée.

Considérant que la femme algérienne est confronté à des obstacles générés par des contraintes qui freinent sa participation effective au développement et à la croissance économique du pays, les pouvoirs publics sont appelés à consolider d'avantage la promulgation de lois sur la promotion des femmes et ce plus particulièrement à ce qui a trait à l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin en s'inspirant des pays pionniers (Canada) dans la mise en place de telles politiques.

À la lumière des nouvelles dispositions édictées par les pouvoirs publics dans le cadre du nouveau code des investissements récemment adopté par le conseil des ministres, cette étude mériterait d'être actualisée avec la prise en compte d'un champ géographique plus élargie (National ou régional

Bibliographie

1. Ouvrages

- AMIT, R. e. (1995). “Push” and “pull” entrepreneurship : Journal of Small Business and Entrepreneurship, vol. 12, n° 4, pp. 64-8
- Aude d’Andria, I. G. (2016). Femmes et entrepreneurs : trente ans de recherches en motivation entrepreneuriale féminine », Revue de l’entrepreneuriat, , vol.15.
- Audertsch, D. (2006, janvier). Cairn.info matière a réflexion. Récupéré sur revue reflets et perspectives de la vie economique,Tome XLV.
- Birley. (1989). Female Entrepreneurs : Are they Really any Different ? Journal of Small Business Management : Vol. 27, n° 1, p. 32-37.
- BROCKHAUS, R. H. (1980). The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business ,vol. 18, n° 1, pp. 37-43. Journal of Small Business Management.
- BURKE, A. (1997). Small firm start-up by composers in the recording industry ,vol. 9, n° 6, pp. 463-471. Small Business Economics.
- Cadieux, A. (2005). La succession dans les PME familiales : proposition d’un modèle de réussite du processus de désengagement du prédécesseur », Revue Internationale PME, vol. 3-4, n° 18, p. 31-50.
- CALIENDO, M. K. (2010). Start-ups by the unemployed: characteristics, survival and direct employment effects : Small Business Economics, vol. 35, n° 1, pp. 71-92.
- Carrier, C., Julien, P., & Menvielle, W. (2006). Un regard critique sur l’entrepreneuriat féminin : une synthèse des études des 25 dernières années », Gestion, Vol. 31, N° 2, p.36-50.
- Carrigan, D. (2012). The career identities of 'mumpreneurs': Women's experiences of combining enterprise and motherhood, PP.1–23.
- CARSRUD, A. B. (2011). Entrepreneurial Motivations : What Do We Still Need to Know ? , vol. 49, n° 1, pp. 9-26. Journal of Small Business Management,.
- CARSRUD, A. e. (2011). Entrepreneurial Motivations : What Do We Still Need to Know ? : Journal of Small Business Management, vol. 49, n° 1, pp. 9-26.
- Christian. (2006). « l’observatoire de l’entrepreneuriat féminin », p.13 ,. Fudicial.
- CONSTANTINDIS, A. C. (2007). l’entrepreneuriat, théories, acteurs, pratiques, p.117, .

- Danjou I. (2002). L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité , n°138, p (108-123). *Revue Française de gestion*,.
- David, C. M. (1998). Identifying Competencies with Behavioral-Event Interviews : *Psychological Science*, 9 (5), 331-339.
- VANS, D. L. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship , vol. 79, n° 3, pp. 519-535. *American Economic Review*.
- EVANS, D. L. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship , vol. 79, n° 3, pp. 519-535. *American Economic Review*.
- Fayolle, A. (2017). L'entrepreneuriat, un phénomène économique et social : Dans *Entrepreneuriat* , pages 17 à 47.
- Filion, L. J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue internationale PME*, vol. 10, no 2, 130-172.
- Froger. (2010). *Le guide des Mompreneurs. Ma boîte et mes enfants d'abord... ! 20 témoignages d'entrepreneurs*, Eyrolles, , P.15. Paris: Editions d'Organisation.
- Gabarret I., V. B. (2012). Quitter son emploi pour devenir entrepreneur ,n° 4, p. 79-97.
- GATNER William.B. (,1990). ,« What are we talking about when we talk about entrepreneurship? »vol 5,. *Journal of Business venturing* ,p. 15-28.
- GILAD, B. L. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply , vol. 24, n° 4, pp. 45-51. *Journal of Small Business*.
- Gillet, m. M. (2004). Les entrepreneurs algériens : un groupe hétérogène entre logique familiale et logique économique : *Cahier du Griot*, p 125-140.
- HARRISON, R. T. (1983). Factors influencing new business formation: a case study of Northern Ireland : *Environment and Planning*, vol. 15, n° 10, pp. 1395-1412.
- J KIRKWOOD. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship », *Gender in Management: An international Journal*, vol. 25, n° 5, pp. 346-364.
- KIRKWOOD, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship , vol. 25, n° 5, pp. 346-364. *Gender in Management: An international Journal*.
- KIRKWOOD, J. C.-H. (2007). Using multiple paradigm research methodologies to gain insight into entrepreneurial motivations , vol 15, n° 3, pp. 219-241. *Journal of Enterprising Culture*.
- KIRKWOOD, J. C.-H. (2007). Using multiple paradigm research methodologies to gain insight into entrepreneurial motivations : *Journal of Enterprising Culture*, vol. 15, n° 3, pp. 219-241.

- KOBEISSI, N. (2010). Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications, vol. 8, n° 1, pp. 1-35. *Journal of International Entrepreneurship*
- KOUNTA, S. (1997). caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali ,page 19.
- KUMAR M. (2007). Explaining entrepreneurial success : a conceptual model : *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 13, n° 1, pp. 57-77.
- KUMAR, M. (2007). Explaining entrepreneurial success: a conceptual model , vol. 13, n° 1, pp. 57-77. *Academy of Entrepreneurship*.
- lachachi, W. t. Réalité sur l'entrepreneuriat en Algérie article, auteur, volume 16, numéro 1, page 127, 142.
- LIAO, J. J. (2001). Environmental and individual determinants of entrepreneurial growth: an empirical examination », *Journal of Enterprising Culture*, vol. 9, n° 3, pp. 253-272. *Journal of Enterprising Culture*,.
- Livoreil, A.-B. L. (2018). La méthode Delphi, 12 p. Paris, France: FRB,.
- LOUIS JACQUE FILION, F. A. (2006). devenir entrepreneur des enjeux aux outils, , P 254. édition village Mondial.
- Madoui, G. A. (2004). Les entrepreneurs algériens : un groupe hétérogène entre logique familiale et logique économique : *Cahier du Griot*, p 125-140.
- N KOBEISSI. (2010). Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications : *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 8, n° 1, pp. 1-35.
- Olson P., B. D. (1984). Attributes of the Entrepreneurial Type”, *Business Horizons*, Mai-June, p. 53-56.
- P. A. JULIEN et Louise CADIEUX. (, Décembre 2010,). La mesure de l'entrepreneuriat, Rapport d'étude, p. 30. rapport d'étude, Institut de la statistique du Québec.
- Paul-Artur Fortin. (1996,, juillet, 30,). Devenez entrepreneur, *Administration - gestion*, ,384 . Récupéré sur pages <https://www.pulaval.com/>
- Sophie Boutillier, D. U. (2014). L'EMPREINTE HISTORIQUE DE LA THÉORIE DE L'ENTREPRENEUR : ENSEIGNEMENTS TIRÉS DES ANALYSES DE JEAN-BAPTISTE SAY ET DE JOSEPH ALOÏS SCHUMPETER : 3 n° 45 pages 97 à 119. Boeck Supérieur.
- Stevenson howard, S. (1990). a paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management, *strategic of management journal* vol 5 .
- Stimuler l'entrepreneuriat féminin en Algérie, une étude expositive de la caisse national d'assurance chômage, volume VII, N°03). (2021, décembre).

- MALLON, M. C. (2001). Time for a change? Women's accounts of the move from organization alcareers to self-employment vol. 12, n° 3, pp. 217-230. British Journal of Management.
- pierre, B. (1980). The forms of capital, Handbook of theory and research for the sociology of education, pp.241-258. Greenwood: J. G. Richardson.
- Shapero A., S. L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship : n Kent, C. ; Sexton, D. ; and Vesper, K. (Ed.), Encyclopedia of Entrepreneurship, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, p. 72-90.
- Venkatraman, y. S. (2000). the promise of entrepreneurship of management as field of research,p217,. academy of management revue,.
- Y.Gasset, j. o. (1883). , Entrepreneur moderne : Attributs et fonctions, , Vol 7, N°4, P23.
- SCHUMPETER, J. A. (1935). Théorie de l'évolution économique. Paris: édition originale 1911.
- Sundin, H. (1989). Women as entrepreneurs: Invisibility, diversity, adjustment
- ### 2. Article
- Anne, G. (2007). emplois et entrepreneuriat des femmes en algérie : des dynamiques entre traditions et innovations, pme , emplois et relations sociales.France - Maghreb .
- ASSALA, A. T. (2007, 06). Influences culturelles sur des comportements managériaux d'entrepreneurs algériens
- Badraoui, G. . (2004). La création d'entreprise chez les jeunes en algérie : une approche exploratoire de la problématique . Tébessa.
- BESSOUH, D. (2018). L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement en Algérie-bilan et perspectives. l'école supérieure de management Tlemcen-Algérie.
- Bhola R., V. I. (2006). Explaining engagement levels of opportunity and necessity entrepreneurs. EIM Business and Policy Research.
- Carrier, C. J. (2006). Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin.
- chelil.A, (2008)PME en Algérie, réalité et perspective , université de Tlemcen.
- Cristina, C. A.(2007). Entreprendre au féminin : une réalité multiple et des attentes différenciée,Revue française de gestion.
- Entrepreneuriat, femme entrepreneur et entrepreneuriat féminin. (2019, 02 21). économie et gestion.
- Européenne, l. e. (2017). Note de politique sur l'entrepreneuriat féminin , p.12.
- F, C. (Avril 2013,). « les femmes entrepreneures à Bejaia : Réalité et perspectives », 4ème journée internationale sur l'entrepreneuriat des jeunes, , p2. université de Biskra.

- Gillet, M. (2005). Crise et mutation du modèle de développement Algérienne, du gigantisme industrielle au développement de PME/PMI ». In : international travail et emploi n°101.
- HADAD, B. k. (1992). *Entreprendre*. Tunis: Agence de promotion de l'industrie.
- Hélène, M. (2013). *Le changement social et la rhétorique traditionaliste: la qualification sociale de l'entrepreneuriat féminin*.
- Himrane Mohammed, H. H. (2019). *Engagement entrepreneurial des femmes: Aspects mondiaux et nationaux*. Récupéré sur asjp.cerist: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/147/8/1/100746>
- juliette. (2020, 02 28). *kandbaz* . Récupéré sur kandbaz: [https://www.kandbaz.com/blog/creation-entreprise/les-7-qualites-entrepreneur/#:~:text=%C3%84tre%20courageux\(se\),de%20d'obstacles%20%C3%A0%20franchir](https://www.kandbaz.com/blog/creation-entreprise/les-7-qualites-entrepreneur/#:~:text=%C3%84tre%20courageux(se),de%20d'obstacles%20%C3%A0%20franchir).
- kane, N. o. (2009). *Problématique de l'entrepreneuriat féminin en mauritanie: essai de validation d'un modèle*. Reims .
- kaplan, E. (1988). *Women entrepreneurs: Constructing a framework to examine venture success and failure*. In: B. A. Kirchoff, W. A. Long, W. Ed McMullan, K. H. Vesper, and W. E. Wetzel, Jr: *Frontiers of Entrepreneurial Research*. Boston, MA.
- KKhalil, A. (25,26 ET 27 et octobre 2006). *PME en Algérie, de la création à la mondialisation, CIFE pme, communication dans le colloque international. « L'internationalisation des pme et ses conséquences sur les stratégies entrepreneurial », P2.*
- Lavoie., D. . (2008). *Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée* , p. 3. Ottawa: Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme.
- Khalil, A. (2006). *Pme en Algérie : de la création à la mondialisation* : In 8eme Congrès.
- Koreen. (2000). *Le financement des entreprises dirigées par les femmes* », atelier n° 3, In OCDE. *magazine d'entrepreneuriat et developpement durables*. (2018).
- marta B calas, b. e. (2013). *becoming real entrepreneurs : women and the gendred normalization of work, gender work and organisation* .
- MCCLELLAND. (1990). *THE SOCIAL MANAGEMENT OF AMBITION*. Récupéré sur wiley online library : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1533-8525.1990.tb00326.x>
- Michel, H. E. (1999). *Le processus entrepreneurial : vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*. L'Harmattan.
- Mohamed, B. (2009). *La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement* .

- Nadira, B. L'entrepreneuriat Féminin et son Accompagnement en Algérie - Bilan et Perspectives -. Récupéré sur asjp.cerist.
- Nel, M. a.-3. (2010). "Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon", The International Journal of Organizational Innovation.
- Peirot, N. (2021). Penser l'empowerment collaboratif comme un dispositif communicationnel : le cas des services à vocation. Récupéré sur tel.archives-ouvertes: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03301614>
- Pierre-André Julien, C. S. (2015). De la spécificité des PME a la complexité de l'entrepreneuriat, dans les grands auteurs en entrepreneuriat et pme .
- R, R.-C. (2006). Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat », Académie de l'entrepreneuriat,, p14.
- Redien-Collot, R. (2006, 02). pour une approche genree entrepreneuriat academie entreprenariat , académie de l'entrepreneuriat . Récupéré sur https://www.academia.edu/3222442/POUR_UNE_APPROCHE_GENR%C3%89E_DE_LENTREPRENEURIAT
- Rivière, M. (2017, aout, 09). consulter le 18mai 2022. Récupéré sur <https://blog.mesydel.com>
- Robert Paturel, Z. A. (2006). Les principaux déterminants de l'entrepreneuriat féminin en Iran. Récupéré sur https://airepme.org/images/File/2006/032_Lesprincipauxdeterminants.pdf
- Sadegh, I. O. (1997). Influence du dirigeant et de l'environnement sur le développement des P. M. E. : une analyse du comportement stratégique des entreprises de pêche mauritaniennes. NANCY.
- Saliha, O. R. algérien (L'entrepreneuriat féminin en Algérie étude statistique sur l'an dispersion de entrepreneuriat féminin en Algérie.
- Verstraete Theiry. (2000). « Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », p11. Editions EMS,.
- William, D. B. (2011, 11). The Entrepreneurial Process. Récupéré sur researchgate: https://www.researchgate.net/publication/230467056_The_Entrepreneurial_Process

3. Thèse

- DIF.A. (2010). L'entrepreneuriat féminin : cas de la wilaya d'Oran , , p 17.
- Saleh, L. (2011). l'intention entrepreneuriale des étudiantes : cas du Liban : thèse de doctorat ès nouveau régime science de gestion de l'université Nancy, pp 30-56 .
- Tounes. (2003). L'intention entrepreneuriale : Une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations en entrepreneuriat (bac+5) et des étudiants en DESS CAAE, Thèse pour le doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Rouen.

Val, M. (2013). La contribution de la relation d'accompagnement pour l'apprentissage de la convention d'affaires inhérente à l'organisation impulsée : une recherche-action au sein de l'incubateur I & F entrepreneuriat en république démocratique du Congo, p.41- 42. université monestiesqieu bordeaux.

4. mémoire

BEN CHEIKH. L'intention de créer une Start-up en TIC: cas des ingénieurs tunisiens, , Master de recherché en Entrepreneuriat. Institut supérieur de gestion de Sousse-Tunisie

5. Revue

OCDE. (2003). Les femmes entrepreneurs et l'innovation social. Slovénie: OCDE.

OIT. (2017, 04 30). Organisation internationale de travail. Récupéré sur OIT:
https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_627201/lang--fr/index.htm

Revue algérienne, d. e. Récupéré sur <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/53882>

Revue d'économie et de statistique appliqué, R. (2016). volume 13, N°01, page 256-266.

7. Texte / lois

Loi n° 91-11 du 27 avril 1991 fixant les règles relatives à l'expropriation pour cause d'utilité publique, complétée

Règlement de la Banque d'Algérie n°91-03 du 20 février 1991

Décret présidentiel n°08-426 du 30 Dhou elhidja 1929 correspondant au 28 décembre 2008portant levée de la réserve de la république algérienne démocratique et populaire sur l'article 9.2 de la convention de 1979 sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes.

L'ordonnance 03-03 juillet 2013 qui abroge **l'ordonnance N°95-06 du 25 janvier 1995**

7. Rapport

AFDP. (2011). le développement en Afrique. Récupéré sur Groupe de la banque africaine de débveloppement : <https://www.afdb.org/fr/documents/document/african-development-report-2011>

GEM, m. g. (2010). 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide. Récupéré sur file:///C:/Users/HP/Downloads/1340032781GEM_2010_Womens_Report_V2.pdf

INSEE. (2016, 10 13). Développement durable. Récupéré sur Institut nationale de la statistique et des études économiques:

[https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1644#:~:text=Le%20d%C3%A9veloppement%20durable%20est%20C2%AB%20un,Premier%20Ministre%20norv%C3%A9gien%20\(1987\).](https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1644#:~:text=Le%20d%C3%A9veloppement%20durable%20est%20C2%AB%20un,Premier%20Ministre%20norv%C3%A9gien%20(1987).)

INSSE. (2015). Description des emplois privés et publics et des salaires en 2015. Récupéré sur ISSN, R. d. (2018, juin). le contexte entrepreneurial en Algérie : quelles opportunités et contraintes pour les jeunes entrepreneurs.

[Programme de bourse BMO rend hommage aux femmes 2021 Rapport complet.pdf \(wekh.ca\)](#)

8. Presse / journal

APS. (2022, 06 16). ALGERIE PRESSE SERVICE . Récupéré sur <https://www.aps.dz/economie/141327-entrepreneuriat-convention-entre-l-anade-et-l-angem-pour-la-creation-d-un-guichet-numerique-unifie>

[Société générale : Frédéric Oudéa, promoteur des marchés africains, va quitter ses fonctions de DG – Jeune Afrique](#)

[Accès au financement : pourquoi les femmes ne s'imposent-elles pas ? \(imf.org\)](#)

8. Site web

[https://www.senat.fr /L'Algérie sur le chemin des réformes](https://www.senat.fr/L'Algérie%20sur%20le%20chemin%20des%20réformes)

<https://www.academia.edu/>

<https://www.asjp.cerist.dz/>

<http://www.fao.org/>

<http://www.insee.fr/>

<https://www.kandbaz.com/blog/creation-entreprise/les-7-qualites>

<https://onlinelibrary.wiley.com/>

<http://www.les-mompreneurs.com/>

<http://www.theannexdz.net/womwork/>

<http://www.toupie.org/dictionnair>

<https://www.terrafemina.com/>

<http://www.tstart-oreedo.com/>

<http://www.wia-initiative.com/>

<http://www.wtcalgeria.com>

Liste des abréviations

ACSE	Algerian center for social entrepreneurship
ADS	Agence de développement social
AFFAEME	Asociación de Federaciones y Asociaciones de Empresarias del Mediterráneo (association des femmes chefs d'entreprises euro-méditerranée)
AME	Algérienne managers et entrepreneures
ANGEM	Agence nationale de gestion du micro crédit
ANDI	Agence nationale de développement de l'investissement
ANADE	Agence nationale d'appui et développement
APSI	Agence nationale pour la promotion des investissements
BIT	Bureau internationale du travail
BTPH	Bâtiment, travaux publics et hydraulique.
CAPC	Confédération algérienne du patronat citoyen
CNAC	Caisse nationale d'assurance chômage
CNRC	Centre nationale de registre de commerce
CNESE	Conseil national économique, social et environnemental
EURL	Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée
FAO	Organisation des nations unis pour l'alimentation et l'agriculture
FCE	Forum des chefs d'entreprises

Liste des abréviations

FCEM	Femme chef d'entreprise mondiale
FSE	Fond social européen
GEM	Global entrepreneurship monitor
INSEE	Institution nationale de la statistique et des études économiques
MENA	Moyen orient et nord-africain
OCDE	Organisation de coopération et de développement économique
OIT	Organisation internationale du travail
OMC	Organisation mondiale du commerce
ONS	office nationale des statistiques
OWBO	Office of women's business ownership
PME	Petite et moyenne entreprise
PMI	Petite et moyenne industrielle
SARL	Société à responsabilité limitée
SBA	Small business administration
SNC	Société en nom collectif
TPE	Très petite entreprise
WIA	Plateforme Internationale pour le développement économique et le soutien des femmes africaines
WTC	World trade Centre

Liste des tableaux

Tableau	Intitulé	Numéro de page
Tableau N° 01	La mortalité des PME privées par secteur d'activité	25
Tableau N° 02	Projet financés par genre et par secteur d'activités	30
Tableau N° 03	Projet financés par secteur d'activités	31
Tableau N° 04	Crédit octroyés par genre	32
Tableau N° 05	La répartition des PME de la wilaya de Bejaia	67
Tableau N° 06	Grandes entreprises (Par statut juridique) et impact sur l'emploi	
Tableau N° 07	Répartition des PME de la wilaya de Bejaïa selon le genre	68
Tableau N° 08	Répartition de l'enregistrement á la CNRC par genre dans la wilaya de Bejaia	
Tableau N° 09	Répartition des femmes inscrites au registre de commerce dans la wilaya de Bejaia.	69
Tableau N° 10	Répartition par tranche d'âge des femmes immatriculées au registre de commerce	70
Tableau N° 11	Présentation de l'échantillonnage enquêté	72
Tableau N° 12	Répartition des entreprises des femmes entrepreneures enquêtée selon le lieu d'implantation	73
Tableau N° 13	Répartition des femmes entrepreneures selon le taille de l'entreprise	74

Tableau N° 14	Répartition des entreprises gérées par les femmes selon la forme juridique	75
Tableau N° 15	Répartition des entreprises gérées par des femmes selon le statut juridique de local commercial de la wilaya de Bejaia	
Tableau N° 16	Répartitions des femmes entrepreneures selon le secteur d'activité	76
Tableau N° 17	Nature des secteurs d'activités des femmes entrepreneures enquêtées	
Tableau N° 18	La nature de choix de création de l'entreprise	77
Tableau N° 19	Répartition des femmes entrepreneures enquêtées par lieux de résidence	
Tableau N° 20	La répartition des femmes entrepreneures enquêtées selon les tranches d'âges	78
Tableau N° 21	La répartition des femmes entrepreneures enquêtés selon la situation matrimoniale	
Tableau N° 22	Les femmes entrepreneures mariées (avec enfants ou sans enfants)	79
Tableau N° 23	Répartition des femmes entrepreneures selon leurs réponses à la conciliation travail-famille	
Tableau N° 24	Répartition des femmes entrepreneures selon la compatibilité avec leur vie familiale	
Tableau N° 25	Répartition des femmes entrepreneures selon le niveau d'instruction	80
Tableau N° 26	Exercice d'activités salariales antérieures à l'entrepreneuriat	

Tableau N° 27	Impact de l'expérience salariale sur la réussite des projets entrepreneuriaux	
Tableau N° 28	L'utilité de l'expérience professionnelle pour les femmes entrepreneures enquêtées	
Tableau N° 29	Les réponses de femmes entrepreneures beneficiaire d'une formation specilisees en entrepreneuriat	82
Tableau N° 30	Les differents modes de formation à l'entrepreneuriat pour les femmes entrepreneures	
Tableau N° 31	Les différents modes de financement des femmes entrepreneures enquêtées	
Tableau N° 32	Les réponses des femmes qui ont sollicité l'aide des organismes de soutien	83
Tableau N° 33	Répartition des femmes entrepreneures selon les organismes de soutien	
Tableau N° 34	La répartition des femmes entrepreneures selon les actions d'accompagnement dont elles bénéficiées	84
Tableau N° 35	Répartition des femmes entrepreneures selon leurs définitions de statut entrepreneure	
Tableau N° 36	Répartition des femmes entrepreneures ayant déclenché la volonté de lancer un projet économique	
Tableau N° 37	Répartition des femmes entrepreneures selon le temps du déclanchement de la volonté entrepreneuriale	85
Tableau N° 38	Répartition des femmes entrepreneures selon le type d'entrepreneuriat	
Tableau N° 39	Réparation des femmes entrepreneures selon les motivations de nécessité	86

Liste des tableaux

Tableau N° 40	Lien entre les motivations de nécessité et lieux de résidence	89
Tableau N° 41	Motivation de nécessité * âge de l'entrepreneur	
Tableau N° 42	Situation matrimoniale * motivation de nécessité	90
Tableau N° 43	Répartition des femmes entrepreneures par rapport aux motivations d'opportunités	
Tableau logiciel N° 1	Répartition des femmes entrepreneures par rapport au motivation et lieu de résidence	De 91
Tableau logiciel N° 2	Répartition des femmes entrepreneures par rapport aux motivations et à l'âge	90
Tableau logiciel N° 3	Situation matrimoniale * motivation d'opportunité	91
Tableau logiciel N° 4	Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures	92
Tableau logiciel N° 5	Lieux de résidence * les obstacles	93
Tableau logiciel N° 6	Les tableaux croisés sur les types de motivations	à 127

Table des matières

Remerciement**Dédicace****Sommaire****Introduction générale..... 1****Chapitre I : Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat 8****Section 1 : Généralités sur l'entrepreneuriat 9**

1.	La définition de l'entrepreneuriat.....	9
2.	Types d'entrepreneuriat.....	11
2.1.	L'entrepreneuriat selon l'entrepreneur	11
2.2.	L'entrepreneuriat selon le statut juridique.....	11
2.3.	L'entrepreneuriat selon le sexe.....	12
2.4.	L'entrepreneuriat selon l'activité	12
2.5.	L'entrepreneuriat selon la durée de l'activité	13
2.6.	L'entrepreneuriat selon la taille.....	13
3.	Le rôle de l'entrepreneuriat	14
4.	L'entrepreneur	15
4.1.	Définition de l'entrepreneur	15
4.2.	Les types d'entrepreneurs.....	17
5.	Motivations et obstacles entrepreneuriales	18
5.1.	Motivations entrepreneuriales	18
5.2.	Obstacles entrepreneuriaux.....	19

Section 2: L'entrepreneuriat et l'entrepreneur en Algérie (homme / femme) 20

1.	Définition de l'entrepreneuriat en Algérie	20
2.	Les PME en Algérie	21
2.1.	La définition de la PME en Algérie.....	22
2.2.	Code institutionnel des PME.....	22
Principaux obstacles entravant le développement de l'entrepreneuriat en Algérie		24
2.3.	L'environnement institutionnel en Algérie	25
2.4.	La politique concurrentielle	25
3.	L'entrepreneur Algérien	26
4.	L'entrepreneuriat en Algérie (femme)	27

5.	Les dispositifs d'accompagnement à l'entrepreneuriat en Algérie	28
5.1.	L'ANSEJ (Convertie ANADE actuellement).....	29
5.2.	LA CNAC	30
5.3.	L'ANGEM	31
	Conclusion.....	33
	Chapitre II : Entrepreneuriat féminin	35
	Section 1 : Le contexte théorique de l'entrepreneuriat féminin	35
1.	Définition de l'entrepreneuriat féminin.....	35
1.1.	Définition de la femme entrepreneurs selon plusieurs auteurs	35
1.2.	Le Mampreneuriat : un nouveau concept dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin	36
2.	L'entrepreneuriat au féminin : Approche du genre	37
3.	Historique (R, 2006) (FAO)	37
4.	Les modèles fondateurs de l'approche genre	38
4.1.	Le modèle de Laccase (1990).....	38
4.2.	Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich	39
4.3.	Le modèle de Hisrich et Brush	39
4.4.	Le modèle de Shabi et Di Gregorio	40
4.5.	Le modèle de Guyot et al :	40
5.	Les motivations et les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneurs.....	40
5.1.	Les motivations des femmes entrepreneures	40
6.	Le rôle de la femme entrepreneur tant qu'agent économique	45
	Section 2 : L'entrepreneuriat féminin dans le monde et en Algérie	47
	Introduction	47
1.	L'entrepreneuriat féminin dans le monde	47
2.	L'entrepreneuriat féminin En Afrique.....	56
3.	L'entrepreneuriat féminin dans la région maghrébine et en Algérie	57
	Conclusion.....	64
	Chapitre III : Enquête sur un échantillon de femmes entrepreneur dans la wilaya de Bejaia	66
	Section 1 : Présentation du travail de recherche	66
1.	Présentation de la wilaya de Bejaia.....	66
1.1.	La population entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia	66

Table des matières

1.2.	L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia	68
2.	Présentation et analyse des résultats de l'enquête sur l'échantillon de femmes entrepreneurs à Bejaïa	71
2.1.	Méthodologie de la recherche	71
2.2.	L'objectif de l'enquête	71
2.3.	Elaboration du questionnaire.....	71
2.4.	Le déroulement de questionnaire	71
2.5.	La taille de l'échantillon.....	72
3.	Présentation des données récoltées au terme de l'enquête	72
3.1.	Présentation de l'entreprise	72
3.2.	Profils de l'échantillon des femmes entrepreneurs enquêtées de la wilaya de Bejaïa	77
Section 2 : analyse des résultats de l'enquête		85
1.	Les motivations des femmes entrepreneurs.....	85
1.1.	Les types d'entrepreneuriat qui motive l'entrepreneur.....	85
Les Tableaux croisée logiciel SPSS		90
2.	Les obstacles des femmes entrepreneurs :.....	104
2.1.	Lieu entre les femmes entrepreneurs et le lieu de résidence.....	105
3.	Les obstacles des femmes entrepreneurs :.....	119
3.1.	Lien entre le lieu de résidence et les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneurs	120
Conclusion.....		130
Conclusion générale		131
Bibliographie.....		132
Liste des abréviations.....		140
Liste des tableaux		142
Résumé.....	

Nature de l'activité de votre entreprise :

.....

1.6°-Votre local Implantation de votre activité est :

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Zone urbaine. | <input type="checkbox"/> Zone rurale |
| <input type="checkbox"/> Zone d'activité | <input type="checkbox"/> Zone industrielle |

1.7°- Quel est votre statut juridique de votre local commercial ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Propriété personnelle | <input type="checkbox"/> Location |
| <input type="checkbox"/> En concession | <input type="checkbox"/> Bien familial |

1.8°- Considérez-vous que le secteur dans lequel vous travaillez comprenne plus de femmes ou d'hommes ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> comprend plus de femmes | <input type="checkbox"/> comprend plus d'hommes |
| <input type="checkbox"/> représentation égale | <input type="checkbox"/> je ne sais pas |

1.9°-la nature de l'activité de votre entreprise a été dictée par :

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Les conditions attractives octroyées par les dispositifs d'aide à la création d'entreprise. | <input type="checkbox"/> Des conseils et orientation de proches ou amis |
| <input type="checkbox"/> Des opportunités économiques. | <input type="checkbox"/> Votre spécialisation acquise de votre formation. |

1.10°- Au terme de vos études, avez-vous exercé une activité salariale avant de lancer votre projet ?

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non |
|------------------------------|------------------------------|

partie 2 : informations personnelles :

2.1°- Quel est votre tranche d'âge ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Moins de 25 ans | <input type="checkbox"/> De 25 à 30 ans |
| <input type="checkbox"/> De 35 à 40ans | <input type="checkbox"/> De 40 à 49 ans |
| <input type="checkbox"/> De 50 à 59 ans | <input type="checkbox"/> 60 ou plus |

2.2°- Quel est votre état civil en ce moment ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Mariée avec enfants | <input type="checkbox"/> Mariée sans enfants |
| <input type="checkbox"/> Célibataire | <input type="checkbox"/> Veuve |

2.3°- avez-vous des enfants ?

- oui non

Vous faites-vous aider à la maison pour les enfants (nourrice, grands-parents, etc. ?

- oui non

2.4°- Quel est votre niveau de scolarité ?

- Cycles Moyen et secondaire Formation professionnelle
 Universitaire autre
 Bac+ 3
 Bac+ 5
 Doctorat

2.5°- Au terme de vos études, avez-vous exercé une activité salariale avant de lancer votre projet ?

- oui non

2.6°- Si oui, estimez-vous que l'expérience professionnelle préalablement acquise vous a aidée à murir et lancer votre projet.

- oui non

2.7°- Estimez-vous que l'expérience professionnelle préalablement acquise vous a été bénéfique pour vous aider à murir et lancer votre projet avant son lancement ?

- oui non

2.8°- Si oui, votre expérience professionnelle vous a elle été utile pour :

- Développer et mise en pratique de vos aptitudes entrepreneuriales
 Conforter votre esprit d'entreprendre et de prise de risques
 Détecter et saisir les opportunités d'affaires qui vous sont offertes.

2.9°- Votre projet a été financé par :

- Des fonds propres (Apport personnel). Financement mixte (Apport personnel / Crédit bancaire).
 Crédit bancaire.

2.10°- Avez-vous sollicité l'aide d'un organisme de soutien ?

- oui non

2.11°- Si oui, lesquels

- ANGEM ANDI
 ANADE CNAC

2.12°- Quelles sont les actions d'accompagnement dont vous avez bénéficié ?

- Financement avec intérêts bonifiés.
 Avantages fiscaux et parafiscaux.
 Participation à des réunions d'information et d'initiation.
 Facilité d'obtention du local commercial ou foncier industriel destiné à l'activité projetée.

2.13°- Avez-vous déjà bénéficié d'une formation spécialisée sur l'entrepreneuriat ?

- oui non

2.14°- Si oui, laquelle ?

- Un module ou une spécialité d'entrepreneuriat dans le cursus universitaire
 Séminaire ou conférence de sensibilisation
 Un témoignage d'entrepreneurs ou de professionnel
 Une formation dans une école privée ou institut
 Autre
 (précisez).....

2.15°- Etes-vous affiliée à une organisation algérienne de femmes entrepreneures ?

- oui non

Laquelle ?.....

Partie 3 : Question sur les motivations et les obstacles de l'entrepreneuriat féminin**3.1°- Selon vous, le statut d'entrepreneur signifie :**

- Etre autonome. Une preuve d'émancipation.
 Une preuve de vos capacités et vos compétences de gestionnaire. Un défi, un challenge personnel.

3.2°- Votre volonté de lancer un projet économique découle :

- De votre volonté et conviction personnelles.
- D'une opportunité offerte et à saisir.

3.3°- Cette volonté a été enclenchée :

- Durant le cursus des études
- Juste après l'obtention de votre diplôme
- Après obtention de votre diplôme et une expérience professionnelle.
- D'un conseil et encouragement de votre entourage.

3.4°- En termes de motivation, vous vous êtes appuyée sur quel type d'entrepreneuriat ? **Entrepreneuriat de nécessité :**

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Sortir du chômage en l'absence d'alternatives. | <input type="checkbox"/> En quête d'une reconnaissance sociale. |
| <input type="checkbox"/> Insatisfaction dans la carrière personnelle. | <input type="checkbox"/> Réponse a des impératifs familiaux (Reprise d'une entreprise familiale). |
| <input type="checkbox"/> Insécurité d'emploi | |

 Entrepreneuriat d'opportunité :

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Coût d'opportunité d'investissement, faible. | <input type="checkbox"/> Créneaux d'activité rentable. |
| <input type="checkbox"/> Découverte d'une opportunité de marché. | <input type="checkbox"/> Un défi, un challenge personnel. |
| <input type="checkbox"/> Concrétisation d'une innovation. | |

3.5°- En vous référant à votre expérience d'entrepreneure, quels sont d'après vous les principaux obstacles que pourrait rencontrer une femme entrepreneur ?

- Difficultés d'accès aux financements.
- Indisponibilité et cherté des locaux commerciaux ou fonciers.
- Le manque de confiance des partenaires économiques et bailleurs de fonds.
- Inexpérience et peur de l'échec.
- Manque d'information, conseil, assistance et orientation.
- Manque de relations professionnelles.

- Autre (Précisez)

.....

3.6°- Votre projet a été financé par :

- Des fonds propres (Apport personnel).
 Financement mixte (Apport personnel / Crédit bancaire).
 Crédits bancaires.

3.7°- Si votre projet a été financé par un crédit bancaire, avez-vous eu des difficultés pour obtenir le financement nécessaire au lancement et au démarrage de votre projet ?

- Oui
 Non

3.8°- Si oui, quelles sont les raisons ayant induit ces difficultés ?

- Manque de garantie bancaire.
 Business plan insuffisant.
 Opportunités de marché insuffisantes.
 Autres (Préciser) :

.....

3.9°- Pour certaines femmes, il est difficile de concilier travail-famille. Êtes-vous d'accord ?

- Oui
 Non

3.10°- D'après vous, qu'est ce qui serait le plus compatible avec une vie familiale pour une femme :

	Tout à fait d'accord	Non pas du tout
Etre salariée		
Etre chef d'entreprise		

3.11°- D'après vous, la création d'entreprise par la gent féminine est-elle plus facile actuellement que par le passé ?

- Oui
 Non

FIN DU QUESTIONNAIRE. NOUS VOUS REMERCIONS DE VOTRE PARTICIPATION ET
 VOUS SOUHAITONS LE MEILLEUR SUCCÈS.

Résumé

L'entrepreneuriat est un phénomène qui vit un réel succès aujourd'hui, le cas est de même pour l'entrepreneuriat féminin à travers le monde notamment en Algérie.

Aspirer au statut de femme entrepreneure et le devenir plus particulièrement dans la wilaya de Bejaia représente un aboutissement et une issue passionnante pour celles qui sont confrontées au manque d'opportunités d'emploi et à l'impasse professionnelle.

Bien que de nombreuses femmes aspirent au statut d'entrepreneure avec tout ce que celui-ci implique sur son émancipation et épanouissement, seule une minorité d'entre elles arrivent à franchir le pas et tenter l'aventure. Celles-ci généralement très motivées et bénéficiant d'une multitude de soutiens et encouragements entre autres d'ordres familiales, économiques et légaux, arrivent à faire aboutir avec succès les projets qu'elles ont eu à entreprendre. Ceux-ci ont inéluctablement contribué grandement et efficacement non seulement à la croissance économique du pays, mais aussi et surtout à l'affranchissement de la gente féminine de toute tutelle économique et sociétale.

Les pouvoirs publics sont ainsi appelés à promouvoir d'avantage leur politique d'encouragement de l'entrepreneuriat féminin eu égard aux capacités de la gente féminine à contribuer à booster la croissance.

Aussi, les aléas et contraintes d'ordres culturelles, sociologiques et sociétales ne peuvent en aucun cas continuer à constituer des freins et les obstacles auxquels les femmes entrepreneures font face puisque l'entrepreneuriat a souvent été dans l'inconscience collective, un domaine socialement réservé aux hommes.

Les mots clé : Entrepreneuriat, entrepreneuriat féminin, Algérie, Bejaia, motivation, obstacles, freins