

Université Abderrahmane Mira-Bejaia
Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales
Département des Sciences de Gestion

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master

Option : Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat

Thème

Les femmes créatrices d'entreprises

Cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia

Présenté par :

MAMACHE Soraya

Membres du jury:

President: M^r. ZORLI M^d Amokrane

Rapporteur: M^r. AISSAT M^d Tahar

Examineur: M^r. SADOU Mohamed

Juin 2015

REMERCIEMENT

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

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

Je tiens à remercier également les femmes entrepreneures qui ont collaboré à ce travail en répondant à nos questions.

A ma très chère sœur Fouzia qui a été à mes côtés tout au long de l'année et à qui je souhaite que du bonheur et de la réussite.

A mes deux amis Yacine et Yanis

Enfin, je remercie tous ceux ou celles qui m'ont apporté leur soutien tout au long de ce travail.

Dédicace

A mes très chers parents

A mon cher frère

A mes très chères sœurs

A mon neveu : YACINE

Mes deux nièces : AMIRA et ANAIS

A toute la famille MAMACHE

A mes très chers amis

A tout le groupe METE

Liste des abréviations

AFCM: Association des Femmes Chef d'entreprise du Maroc

APSI: Agence de Promotion de Soutien et de Suivi des Investissements

ANDI: Agence Nationale de Développement de l'Investissement

ANGEM: Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit

ANSEJ: Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes

BEI: Banque Européenne d'Investissement

BTP: Bâtiments et Travaux Publics

CNAC: Caisse Nationale d'Allocation Chômage

DPAT : Direction de la Planification et de l'Aménagement du Territoire

FEI: Fond Européen d'Investissement

FGMMC: Fonds de Garantie Mutuelle des Micro-Credits

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

OCDE: Organisation de Coopération et de Développement Economique

ONS: Office National des Statistiques

PIB. H. A: Produit Intérieur Brut Hors Agriculture

PIB. H. H: Produit Intérieur Brut Hors Hydrocarbure

PME: Petite et Moyenne Entreprise

PMI: Petite et Moyenne Industrie

PNR AMP: Prêt Non Rémunéré pour l'Achat de Matière Première

SMA: Small Business Administration

TPE: Très Petite Entreprise

Liste des figures

Figure n°01: Evolution de la population active totale (2004-2014) en milliers

Figure n°02: Evolution de la population active féminine

Figure n°03: Répartition des personnes physiques selon le secteur et le genre

Figure n° 04: Répartition des personnes physiques par région et par genre

Figure n°05: Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre

Liste des tableaux

Tableau n°01 : Quelques définitions du concept « entrepreneur » selon les écoles de pensée

Tableau n°02 : Typologies des entrepreneurs selon BOUTILLIER et FOURNIER

Tableau n°03 : Définition de l'entrepreneuriat

Tableau n°04 : les critères retenus par la SBA

Tableau n°05 : Seuils de la définition européenne de la PME de mai 2003

Tableau n°06 : Impact économique des femmes entrepreneures

Tableau n°07 : Evolution de la population active totale (2004-2014) en milliers

Tableau n°08 : Evolution de la population active féminine (en milliers)

Tableau n°10 : Le taux d'emploi par sexe au Maghreb

Tableau n°09 : Les étapes de formation des filles entre 2006 et 2010.

Tableau n°11 : Indicateurs sur les femmes dans les trois pays du Maghreb

Tableau n°12 : Secteurs d'activité des petites entreprises gérées par des femmes (2010)

Tableau n°13 : Répartition des personnes physiques selon le secteur et le genre

Tableau n°14 : Répartition des personnes physiques par région et par genre

Tableau n°15 : Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre

Tableau n°16 : Classification des PME en Algérie

Tableau n°17 : Evolution du nombre des PME privées (2004-2011)

Tableau n°18 : Mouvement des PME (2004-2009)

Tableau n°19 : Evolution du nombre de PME et du PIB

Tableau n°20 : Répartition des types de PME

Tableau n°21 : Structure des effectifs de PME par taille en %

Tableau n°22 : Evolution des PME par secteur

Tableau n°23 : Répartition des PME par section et années de création

Tableau n°24 : Répartition des entités économiques par région

Tableau n°25 : Distribution des PME par wilaya (plus de 10 000 PME)

Tableau n°26 : Distribution des PME par wilaya (moins de 3 000 PME)

Tableau n°27 : Répartition des PME par groupe de wilayas

Tableau n°28 : Nombre de PME pour 1 000 habitants selon les wilayas par ordre décroissant

Tableau n°29 : Répartition des PME par type et emploi

Tableau n°30 : PME entre 2013 et 2014

Tableau n°31 : Les secteurs d'activités dominants

Tableau n°32 : Répartition des PME et l'emploi par secteurs d'activité

Tableau n°33 : Répartition spatiale des PME des 05 premières communes de Bejaia

Tableau n°34 : Evolution des PME durant les 05 dernières années

Tableau n°35 : Répartition de la population par sexe dans la wilaya de Bejaia par commune

Tableau n°36 : Estimation de l'emploi

Tableau n°37 : La population active occupée par grands secteurs (situation au 31/12/13)

Tableau n°38 : Répartition des PME appartenant aux femmes par secteur d'activités

Tableau n°39 : Répartition des projets financés par l'ANSEJ selon le secteur d'activité

Tableau n°40 : Répartition des projets déclarés par sexe féminin selon le secteur d'activité au niveau de l'ANDI

Tableau n°41 : Bilan des financements par secteur d'activité et programme

Tableau n°42 : Répartition spatiale de notre échantillon

Tableau n°43 : Données relatives à l'enquête de terrain

Tableau n°44 : L'âge des femmes entrepreneures enquêtées

Tableau n°45 : Niveau d'instruction des femmes enquêtées

Tableau n°46 : Les femmes effectuant une formation

Tableau n°47 : Etat matrimonial des femmes entrepreneures

Tableau n°48 : Nombre d'enfant à charge

Tableau n°49 : Activité professionnelle du conjoint des femmes entrepreneures

Tableau n°50 : Activité antérieure des femmes enquêtées

Tableau n°51 : Les fonctions des femmes enquêtées dans leurs entreprises

Tableau n°52 : L'année de création de l'entreprise

Tableau n°53 : Le siège social de l'entreprise

Tableau n°54 : Secteur d'activité de l'entreprise

Tableau n°55 : Nature de l'entreprise

Tableau n°56 : Effectif de l'entreprise

Tableau n°57 : Le chiffre d'affaires annuel de l'entreprise

Tableau n°58 : La raison d'investir dans le créneau d'activité

Tableau n°59 : Aide lors de la création de l'entreprise

Tableau n°60 : Nature de l'aide

Tableau n°61 : Source de financement

Tableau n°62 : Obstacles lors de la création de l'entreprise

Tableau n°63 : La nature des obstacles rencontrés

Tableau n°64 : Motivations des femmes entrepreneures derrière leurs activités

Sommaire

INTRODUCTION GENERALE	1
------------------------------------	---

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

SECTION 1 : ENTREPRISE ET ENTREPRENEUR

1.1 Entreprise.....	3
1.1.1 Définition.....	3
1.1.2 Les catégories d'entreprises	4
1.1.2.1 Les entreprises du secteur privé.....	4
1.1.2.2 Les entreprises du secteur public.....	4
1.1.2.3 Le secteur de l'économie sociale.....	5
1.1.3 Finalités et buts de l'entreprise.....	5
1.1.3.1 La recherche du profit.....	5
1.1.3.2 Les autres objectifs de l'entreprise.....	6
1.2 Entrepreneur.....	6
1.2.1 Définition.....	6
1.2.2 Les caractéristiques de l'entrepreneur.....	8
1.2.3 Typologies des entrepreneurs.....	8

SECTION 2 : ETREPRENEURIAT

2.1 Définition.....	10
2.2 Eléments de motivations et de compétences entrepreneuriales.....	12
2.3 Les types d'entrepreneuriat.....	13

SECTION 3 : LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (PME)

3.1 Définition.....	15
3.1.1 L'aspect qualitatif de la PME.....	15
3.1.1.1 Le rapport de Bolton.....	16
3.1.1.2 Les critères de classement des PME.....	17
3.1.1.2.1 Les critères de WYNARGZYK.....	17
3.1.1.2.2 Les critères de G. HIRIGOYEN.....	18
3.1.1.2.3 Les critères évolutionnistes de P.A. Julienv.....	18
3.1.2 L'aspect quantitatif.....	20
3.1.2.1 Les critères de Small Business Administration (SBA).....	20
3.1.2.2 Les critères de l'Union Européenne.....	21
3.2 Atouts et faiblesses de la PME.....	23
3.2.1 Les atouts.....	23
3.2.2 Les faiblesses.....	24

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

SECTION 1 : FEMME ENTREPRENEURE ET SA PLACE AU NIVEAU MONDIAL

1.1 La femme entrepreneure.....	26
1.2 L'entrepreneuriat féminin.....	27
1.3 Différents types des femmes entrepreneures.....	27
1.4 Les caractéristiques des entreprises détenues par les femmes entrepreneures.....	28
1.5 Réflexions sociologiques sur l'entrepreneuriat féminin.....	28
1.6 Les problèmes et les barrières auquel font face les femmes entrepreneures.....	30
1.7 La nécessité du développement de la mentalité entrepreneuriale.....	30
1.8 L'impact économique de l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial.....	31

SECTION 2 : LA PLACE DES FEMMES DANS LA POPULATION ACTIVE EN ALGERIE

2.1 La population active féminine.....	33
2.2 Education et formation des filles.....	35
2.3 Caractéristiques et évolution du travail et de l'emploi des femmes.....	36
2.3.1 L'emploi féminin en fonction du secteur.....	37
2.4 Indicateur sur le travail des femmes en Algérie.....	38

SECTION 3 : LA PLACE ET LE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES EN ALGERIE

3.1 Typologie socioprofessionnelles des femmes chefs d'entreprises.....	39
3.1.1 Une logique familiale.....	39
3.1.1.1 La construction familiale.....	39
3.1.1.2 L'héritage familial.....	40
3.1.2 Une logique professionnelle.....	40
3.1.2.1 L'aboutissement des études.....	40
3.1.2.2 La continuité du métier.....	41
3.1.3 Une logique issue d'un contexte de rupture professionnelle.....	41
3.1.3.1 L'auto-emploi.....	41
3.1.3.2 L'activité complémentaire à l'emploi principal.....	42
3.2 Les difficultés et obstacles entravant le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	42
3.2.1 Difficultés autour des rôles traditionnels de la femme.....	42
3.2.2 Difficultés autour de l'articulation entre vie professionnelles et vie familiale.....	43
3.2.3 Difficultés liées aux compétences et aux ressources plus spécifiquement féminines.....	43
3.3 Indicateurs statistiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	44
3.3.1 Les secteurs d'activité des petites entreprises gérées par des femmes.....	44
3.3.2 Répartition des personnes physiques selon le secteur et le genre.....	45
3.3.3 Répartition des personnes physiques par région et par genre.....	46
3.3.4 Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre.....	47

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES ENALGERIE

SECTION 1 : EVOLUTION DU PROCESSUS DE CREATION DES ENTREPRISES

1.1 Genèse et développement des PME en Algérie.....	49
1.1.1 La phase (1962-1970).....	49
1.1.2 La phase (1980-1989), de relative ouverture.....	49
1.1.3 La phase 1993 jusqu'à ce jour.....	50
1.2 Les dispositifs d'appuis pour le développement des PME en Algérie.....	50
1.2.1 Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ).....	50
1.2.2 Agence Nationale de Gestion du Micro-credit (ANGEM).....	51
1.2.3 Agence nationale de Développement de l'investissement (ANDI)...	51
1.2.4 La Caisse Nationale d'Allocation chômage (CNAC).....	52
1.3 Définition et classification des PME en Algérie.....	52
1.4 Evolution du secteur des PME.....	53
1.4.1 Evolution quantitative	53
1.4.2 Mouvement des PME (2004-2009).....	53
1.4.3 Evolution du nombre de PME et évolution du PIB hors hydrocarbures et hors agriculture.....	54
1.4.4 Diminution des PME du secteur public... ..	54
1.4.5 Structure des effectifs de PME par taille en %.....	55
1.4.6 Evolution des PME par secteur d'activité.....	55
1.4.7 Répartition des PME par section et années de création.....	56

SECTION 2 : REPARTITION DES ENTREPRISES SUR LE TERRITOIRE ALGERIEN

2.1 Répartition des entités économiques par région.....	57
2.2 La distribution des PME par wilaya.....	58
2.3 Répartition des PME par groupe de wilaya.....	59
2.4 La concentration selon la population.....	59
2.5 Les mouvements des PME.....	60
2.5.1 Les nouvelles créations.....	60
2.5.2 Les nouvelles radiations.....	60
2.5.3 Les réactivations.....	61

SECTION 3 : LA PME DANS LA WILAYA DE BEJAIA

3.1 La place de la PME dans la région de Bejaia.....	61
3.1.1 Mouvements des PME.....	61
3.1.2 Répartition des PME par secteur d'activités.....	62
3.1.3 La répartition spatiale des PME.....	64
3.1.4 Evolution des PME durant les (05) dernières années.....	64

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

SECTION 1 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE

1.1 Présentation de la région d'étude	66
1.1.1 Géographie et population.....	66
1.1.2 La population active et emploi.....	68
1.1.3 Les activités économiques.....	69
1.1.3.1 L'agriculture.....	69
1.1.3.2 L'industrie.....	69
1.1.4 Les infrastructures de base.....	70
1.1.4.1 Le réseau routier.....	70
1.1.4.2 L'aéroport et le port.....	70
1.2 L'entrepreneuriat féminin.....	71
1.2.1 Répartition de PME féminines par secteur d'activité.....	71
1.2.2 Répartition des PME féminines par organismes.....	71
1.2.2.1 ANSEJ.....	71
1.2.2.2 ANDI.....	72
1.2.2.3 ANJEM.....	74

SECTION 2 : METHODOLOGIE D'ENQUETE

2.1 L'échantillonnage.....	74
2.2 Objectif de l'enquête.....	75
2.3 Elaboration du questionnaire.....	75
2.4 Le déroulement de l'enquête.....	76
2.5 Le traitement des questionnaires.....	77

SECTION 3 : LES CARACTERISTIQUES DE L'ECHANTILLON ETUDIE

3.1 Les caractéristiques personnelles des entrepreneures.....	78
3.2 Les caractéristiques familiales.....	79

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

SECTION 1 : ENTREPRENEURE ET ENTREPRISE

1.1 Rôle effectif des femmes entrepreneures.....	80
1.2 Caractéristiques des entreprises créées	81
1.3 Processus et obstacles de création de l'entreprise.....	83

SECTION 2 : MOTIVATIONS, OBJECTIFS ET VALEURS PHARES

2.1 Motivations des femmes entrepreneures derrière leurs activités.....	85
2.2 Objectifs fixés à l'avenir et les valeurs phares.....	86
2.2.1 Les objectifs.....	86
2.2.2 Les valeurs phares de l'entreprise.....	86
2.3 Conseil en cas de problèmes dans le fonctionnement de l'entreprise.....	86

SECTION 3 : STATUT ET DOUBLE ROLE DE LA FEMME ENTREPRENEURE

3.1 Les secteurs où la femme peut mieux réussir.....	87
3.2 Le rôle des femmes entrepreneures dans le développement local.....	87
3.2.1 Le rôle économique.....	87
3.2.2 Le rôle social.....	88
3.3 Ce qui caractérise les femmes entrepreneures par rapport aux hommes.....	88
3.4 Les mesures proposées pour améliorer le statut des femmes entrepreneures en Algérie.....	89
CONCLUSION GENERALE.....	91
Bibliographie.....	93
Annexes.....	96

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

Dans le monde entier, et depuis les années 80, les femmes entrepreneures représentent une part croissante des économies de leurs nations, et jouent un rôle de plus en plus important dans le développement de l'entrepreneuriat. Elles ont créé des entreprises très diverses et contribué ainsi au développement d'un large éventail de services et de produits.

Or, malgré cette tendance à la hausse observée partout dans le monde, le pourcentage d'entrepreneures féminines reste très faible en Algérie, que ce soit par rapport au pourcentage d'entrepreneurs masculins ou par rapport à la proportion de femmes dans l'ensemble de la population employée.

L'analyse de l'émergence de la participation des femmes algériennes dans le secteur de l'entrepreneuriat est un objet de recherche fondamental tant au niveau de leur participation à l'économie qu'à la compréhension scientifique des évolutions du travail féminin.

C'est ainsi, qu'on cherche à travers la présente étude à analyser les motivations des femmes créatrices d'entreprises afin de comprendre leurs rapports à l'entreprise en tant qu'organisation socio-économique et les difficultés qu'elles ont rencontrées durant le processus de création, autrement dit, la question principale de la recherche est :

➤ **Quelles sont les motivations de ces femmes à créer leurs entreprises ?**

Pour plus de précision, on a fait appel à 03 questions secondaires:

- Est-ce que les motivations sont liées aux caractéristiques personnelles en vue de l'affirmation de soi, ou sont-elles issues du milieu familial favorable à l'entrepreneuriat ?
- Quelles sont les caractéristiques de ces entreprises créées par les femmes ?
- Les difficultés : sont elles spécifiques et particulières ou des difficultés liées au processus de création lui-même ?

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

- La création de l'entreprise pour la femme représente un aboutissement d'un processus d'apprentissage.

Le processus d'apprentissage conduit à la maîtrise professionnelle du domaine d'investissement. Il est issu d'une formation professionnelle ou de l'exercice d'une activité antérieure dans le domaine ou encore les deux. Ce processus est lié à la volonté et aux efforts de la personne elle-même. Donc, il s'agit d'une construction qui a pour but l'affirmation de soi.

- La création de l'entreprise pour la femme est un projet familial.

Cette hypothèse conduit à considérer le cadre familial comme base de soutien et d'appui pour tout projet de création d'entreprise. L'attachement de la femme, particulièrement la femme mariée, à la vie familiale fait que tous ses projets qui peuvent affecter la vie

INTRODUCTION GENERALE

familiale comme dans le cas de la création d'une entreprise, se décident, se conçoivent et se construisent en famille.

Pour vérifier ces hypothèses, nous avons mené une enquête quantitative par le moyen du questionnaire auprès d'une centaine de femmes entrepreneures installées dans le territoire de la wilaya de Bejaia.

Le présent mémoire est scindé en cinq chapitres présentés successivement selon le principe d'évolution du général au particulier :

Le premier chapitre présentera succinctement l'entreprise, l'entrepreneur et entrepreneuriat. Dans lequel nous allons voir entreprise et entrepreneur au cours de la première section, par la suite, la deuxième section traite l'entrepreneuriat et enfin comme troisième section, les petites et moyennes entreprises.

Le but du deuxième chapitre est d'appréhender au mieux l'entrepreneuriat féminin afin de comprendre la place qu'occupent les femmes dans la création des entreprises. Ceci nous a conduit à voir sa place au niveau mondial, ensuite sa place en tant que femme active et en tant qu'entrepreneure en Algérie.

Le troisième chapitre aborde la création des entreprises en Algérie, en mettent l'accent sur l'évolution du processus de création des entreprises, puis la répartition des entreprises sur le territoire algérien avant d'aborder la place de la PME dans la Wilaya de Bejaia.

Les deux chapitres suivants concernent la phase empirique de notre étude. Le quatrième porte sur Etat des lieux de l'entrepreneuriat féminin dans la région d'étude et méthodologie d'enquête, dans lequel nous allons voir l'entrepreneuriat féminin dans la région d'étude comme première section, suivi par la méthodologie d'enquête en deuxième section et comme troisième section les caractéristiques de l'échantillon étudié.

Le cinquième et dernier chapitre aborde la caractérisation des entreprises créées et le double rôle des femmes entrepreneures, en débutant par entrepreneure et entreprise comme première section, motivations, objectifs et valeurs phares en deuxième section et enfin comme troisième section statut et double rôle de la femme entrepreneure.

**CHAPITRE I :
ENTREPRISE,
ENTREPRENEUR ET
ENTREPRENEURIAT**

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

INTRODUCTION :

Ce chapitre se rapporte à la délimitation du cadre théorique de la recherche qui nécessite la définition des concepts clés de la problématique posée.

Il s'agit, en effet, de cerner les concepts d'entreprise et entrepreneur à travers les définitions et contributions des études antérieures qui les ont utilisés comme première section, en deuxième section définition, éléments de motivation et les types d'entrepreneuriat et comme troisième et dernière section définition, atouts et faiblesses de la petite et moyenne entreprise

SECTION 1 : ENTREPRISE ET ENTREPRENEUR

1-1 Entreprise

1-1-1 Définition

Parler de l'entreprise comme d'une réalité unique et homogène peut être considéré comme un regard simpliste d'une réalité multiple et complexe. La difficulté à appréhender cette notion provient essentiellement de la multiplicité des regards dont elle est l'objet. Le manager, le syndicaliste, le salarié et les pouvoirs publics, ont chacun une représentation différente de la même réalité, à laquelle ils sont associés. De même, la diversité de regards est aussi celle de la communauté scientifique. L'économiste, le gestionnaire ou le sociologue analysent l'entreprise sous des hypothèses et selon des points de vue souvent complémentaires, parfois contradictoires, mais rarement convergents.

Pour DARBELET. M et LAUGINIE .J-M¹, « l'entreprise peut être appréhendée de plusieurs manières. Pour l'économiste, elle résulte de l'agencement de facteurs différents : travail, capital, nature ; pour le sociologue, elle est une distribution de rôles et de statuts ; pour le financier, elle est une source de profits et d'investissements ; pour le juriste, elle est un contribuable, un instrument d'expansion économique et le siège de divers conflits sociaux (grèves, revendications diverses) ».

Plusieurs économistes considèrent l'entreprise comme le lieu où se combinent les différents facteurs de production (travail, nature et capital) en vue de produire des biens et services. On comprend que l'entreprise est l'institution où se fait la production des biens et /ou des services. Et pour produire, l'entreprise doit utiliser des intrants provenant de la nature (terre), le travail (le salaire) et le capital (le profit).

Dans son dictionnaire de gestion, Cohen. E² considère que l'entreprise est « une organisation relativement autonome, dotée des ressources humaines, matérielles et financières en vue d'exercer une activité économique de façon stable et structurée ». L'auteur insiste ici

¹DARBELET M. et LAUGINIE JM, Economie de l'entreprise appliquée, fascicule 1, Foucher, Paris, 1981, p11.

² COHEN. E. Dictionnaire de gestion, La Découverte « Repères », 1994, p 24.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

sur l'autonomie et la pérennité de l'entreprise. Celle-ci exerce une activité économique (recherche du profit) qui doit être effective avec les moyens aussi bien matériels qu'humains.

Ainsi, on peut déduire que l'entreprise est :

- Une organisation technique et humaine ;
- Elle exerce une activité économique (production de biens et/ou de service) ;
- Elle se caractérise par une autonomie relative par rapport aux instances administratives de l'Etat et de la société.

1-1-2 Les catégories d'entreprises

Pour CHARPENTIER³, traditionnellement, on distingue trois grandes catégories d'entreprises, selon qu'elles appartiennent au secteur privé, au secteur public ou au secteur de l'économie sociale (coopératives, mutuelles).

1-1-2-1 Les entreprises du secteur privé

Elles regroupent les entreprises individuelles, d'une part, et les entreprises sociétaires, d'autre part.

Les entreprises individuelles, qu'elles soient agricoles, artisanales ou commerciales se caractérisent par le fait qu'une même personne fournit le capital, le travail et la direction, et est responsable de ses biens.

Les entreprises sociétaires quant à elles comprennent les sociétés de personnes (sociétés en nom collectif, sociétés en commandite simple, sociétés des personnes en responsabilité limitée) et les sociétés de capitaux (société par action en responsabilité limitée, société anonyme).

1-1-2-2 Les entreprises du secteur public

Pour les entreprises du secteur public, P.CHARPENTIER distingue⁴ :

- **Les sociétés d'économie mixte** : ce sont des entreprises semi-publiques dont les capitaux sont publics (l'Etat ou d'autres collectivités) et privés ;
- **Les entreprises nationalisées** : ce sont d'anciennes sociétés privées dont l'actionnaire unique est l'Etat qui en nomme le Président Délégué Général. Les vagues de privatisations ont considérablement réduit le nombre de ces sociétés nationalisées ;
- **Les établissements publics administratifs et les établissements publics industriels et commerciaux** : sont dirigés par un conseil d'administration et un directeur général

³ CHARPENTIER P. Organisation et gestion de l'entreprise, Armand Collin, 2004.p. 7.

⁴ Ibid, p 8.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

nommé par l'Etat. Les établissements publics disposent d'une autonomie financière et possèdent une personnalité morale, ce qui les distingue des régies directes qui n'ont ni l'une ni l'autre.

1-1-2-3 Le secteur de l'économie sociale

Les entreprises de ce secteur ont la forme de mutuelles, nombreuses dans la branche des assurances ou des banques (crédit mutuel) ou des coopératives. Ces dernières peuvent être de distribution, de consommation ou de production.

Fondées sur des valeurs comme la solidarité, les rapports sociaux et humains et non sur la recherche exclusive du profit, ces entreprises cherchent à apporter à leurs membres un service au meilleur prix ; elles sont administrées par des mandataires, nommés administrateurs ou gérants, élus par l'Assemblée Générale. Les associés disposent du même pouvoir dans les assemblées générales (principe un homme = une voix). Dans ce secteur de l'économie sociale, on classe également les associations à but non lucratif⁵ (organisation non gouvernementales, mouvements religieux).

1-1-3 Finalités et buts de l'entreprise

Les finalités poursuivies dépendent d'une entreprise à une autre selon son statut juridique, son caractère dimensionnel. Ainsi, une entreprise du secteur public n'a pas les mêmes ambitions qu'une entreprise du secteur privé et moins encore une entreprise du secteur de l'économie sociale.

1-1-3-1 La recherche du profit

La recherche du profit maximum est une hypothèse centrale des modélisations de la théorie classique où la finalité des entreprises est réduite à la seule recherche du profit.

Pour Peter Drucker⁶, il est seulement légitime de rechercher « *un profit suffisant pour couvrir les risques de l'activité économique et éviter ainsi une perte* ». L'objectif de réalisation d'un profit est alors indissociable de la volonté de pérenniser l'entreprise et d'en assurer la survie.

La source de satisfaction unique du producteur est le profit, et l'objectif de l'entreprise est la maximisation du profit. GENEUREUX⁷ précise que le concept économique de profit est différent du concept comptable de bénéfice. Ce dernier sert en partie à rémunérer le travail des entrepreneurs et les capitaux qu'ils ont investis dans l'entreprise. Or, pour l'analyse économique, le travail et les capitaux des propriétaires de la firme sont des facteurs de

⁵ Ibid, p 8.

⁶ Peter Drucker, cité par P. CHARPENTIER. Op. cit., p 20.

⁷ GENEUREUX. J. Economie politique 1 introduction et micro-économie, Hachette, Paris, 1990. P. 55.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

production comme les autres ; leur rémunération est donc un coût et non un profit. Le profit correspond au revenu résiduel de l'entreprise. Ce qui reste quand elle a payé tous les facteurs de production y compris la rémunération normale du temps que les propriétaires consacrent à la gestion et à l'administration, et celle des capitaux qu'ils ont investis.

1-1-3-2 Les autres objectifs de l'entreprise

En raison de leur caractère multidimensionnel on ne peut réduire la finalité des entreprises à la seule recherche du profit, même si cette dernière est essentielle.

Il existe des entités économiques qui ne visent pas à titre principal la réalisation d'un profit. C'est le cas des entreprises du secteur public, et, dans le privé, de celles du secteur de l'économie sociale (coopératives, associations à but non lucratif,...)

Il paraît alors raisonnable de penser que les producteurs connaissent et recherchent d'autres satisfactions à travers leur activité : le prestige, la reconnaissance du public, la qualité de relation avec leur personnel, le pouvoir, etc⁸. Les managers peuvent être incités à user de leur pouvoir de décision pour atteindre leurs objectifs propres : prestige personnel (l'estime), puissance, solutions de facilité, paix sociale dans l'entreprise, beaux bureaux, etc. La poursuite de ces fins personnelles peut engendrer des coûts qui réduisent les profits des propriétaires ou des entreprises.

D'autres objectifs peuvent alors être énoncés, comme l'utilité sociale, ou plus généralement, la pérennité et la survie de l'entreprise.

1-2 Entrepreneur

1-2-1 Définition

Le concept d'entrepreneur a évolué dans le temps et dans l'espace, en raison de la complexité grandissante de l'activité économique et l'évolution de la théorie de l'entrepreneur.

Selon Vérin, quelle que soit l'époque considérée, l'activité de l'entrepreneur est assimilée à une action risquée.

L'entrepreneur est le principal acteur du phénomène entrepreneurial⁹. Il a un rôle particulier et indispensable dans l'évolution du système économique libéral.

⁸ibid, p.55.

⁹ TOUNES Azdine. « 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, Science de gestion, université de Rouen, 2003, P.65.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

J.B.Say lui a attribué le rôle de combiner les facteurs de production, justifiant ainsi son profit. Mais à cette époque où la pensée néoclassique était dominante, la figure de l'entrepreneur était presque absente, bien que quelques auteurs aient fait exception en le réaffirmant toujours comme un acteur essentiel de l'activité économique. Une autre définition pour lui « L'entrepreneur est avant tout un preneur de risque qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte¹⁰ ».

Tableau n°01 : Quelques définitions du concept « entrepreneur » selon les écoles de pensée

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

Source : Nacer-Eddine hammouda, Moundir Lassassi. *Entrepreneurs Maghrébins « Essai statistique sur le potentiel entrepreneurial en Algérie »*, Ed : KARTHALA et IRMC, 2011. P. 37.

¹⁰ FAYOLLE Alain. « Introduction à l'entrepreneuriat ». DUNOD, Paris, 2005, P.10.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

1-2-2 Les caractéristiques de l'entrepreneur

VESTRAETE. T¹¹ Pense que l'entrepreneur peut prendre les caractéristiques suivantes :

- ✓ Preneur de risque.
- ✓ Preneur de décision.
- ✓ Organisateur.
- ✓ Innovateur.
- ✓ Employeur des facteurs de production.
- ✓ Arbitre des prix.

1-2-3 Typologies des entrepreneurs

BOUTILTIER et FOURNIER¹² ont recensé dans un tableau à travers l'histoire, les classifications faites sur les entrepreneurs

¹¹ VERSTRAETE.T. Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, PUF Paris, 2002, p.123.

¹² BOUTILIER. S et FOURNIER. C. Artisanat-modernité réinventée-, L'Harmattan, Paris, 2006. P.86.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

Tableau n°02 : Typologies des entrepreneurs selon BOUTILLIER et FOURNIER

Auteurs	Entrepreneur-artisan	Entrepreneur (autres typologies)
Collins et Moore (1964 et 1970)	Entrepreneur-innovateur : orientation technique	Entrepreneur-administrateur : orientation organisateur
Smith N. (1967) basées sur le niveau d'éducation et la formation	Entrepreneur-artisan : éducation limitée, peu instruit, formation et expérience essentiellement technique, homme d'atelier, peu de compétences de gestion, peu habile pour composer avec son environnement, peu sociable, paternaliste, se méfie des emprunts, travailler à son propre compte, propriétaire, d'une petite entreprise.	Entrepreneur opportuniste : plus instruits, plus actif socialement, mieux intégré dans son environnement, meilleur communicateur, capable de déléguer, cherche avant tout à agrandir et à développer l'affaire qu'il a créée, veut construire une véritable organisation
Laufer (1975)	Entrepreneur-artisan : professionnel-indépendant, refus de la croissance au nom de valeurs traditionnelles, recherche en priorité de positions protégées sur le marché, de l'indépendance personnelle et d'un avantage financier, survie. Souvent fils d'artisan, homme d'un seul produit, préfère la sous-traitance à l'innovation, son entreprise doit s'adapter aux besoins de la famille	Entrepreneur-propriétaire : favorable à une croissance maîtrisée, conservation de l'autonomie financière. Entrepreneur-technicien : refus de la croissance, conservation de l'autonomie.
Knight (1983)	Artisan-inventeur : motivé par l'innovation	Promoteur : coordinateur, organisateur.
Ettinger (1983)	Indépendant-entrepreneur : désir d'autonomie, indépendance, délègue peu, faiblesse organisationnelle (créé une « pseudo-entreprise »)	Entrepreneur-créateur d'organisation : volonté de pouvoir, ambitieux, délègue.
Marchesnay et Julien (1987 et 1996) : - Pérennité-indépendance croissance (PIC) - Croissance-autonomie pérennité (CAP)	PIC : logique patrimoniale : pérenniser son affaire, indépendance financière, préférence de l'autofinancement, croissance non prioritaire (artisan « réactor »)	CAP : croissance, développement de son affaire, mobile, individualiste. Fait travailler l'argent des autres conserve l'autonomie de la décision. Ouvert sur son environnement

Source : BOUTILLIER. S et FOURNIER. C. Artisanat-modernité réinventée-, L'Harmattan, Paris, 2006. P. 26.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

SECTION 2 : ENTREPRENEURIAT

2-1 Définition

Selon Gasse¹³, 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 ».

D'après cette définition l'entrepreneuriat est un processus qui comporte plusieurs actions utiles pour la société et les individus faisant de l'entrepreneur l'acteur producteur et créateur de richesses multiples.

DANJOU¹⁴, définit l'entrepreneuriat comme étant un champ de recherche qui repose sur trois niveaux d'étude : l'entrepreneur, l'action et le contexte entrepreneurial. C'est un champ dont les composantes multiples sont observées et analysées par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, des spécialistes en science de gestion¹⁵.

¹³ Y.Gasse, Entrepreneur moderne : attributs et fonctions, Revue Internationale de Gestion, Vol 7, N°4, 1883, P23.

¹⁴ DANJOU Isabelle, « l'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », revue Française de gestion, N°123, 2002. P. 108-123.

¹⁵ FAYOLLE Alain, « du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneuriale : quelques idées et pistes de recherche », CERAG, N°32, Ed : série de recherche, 2002, P. 03.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

Tableau n°03 : Définition de l'entrepreneuriat

L'ENTREPRENEURIAT vu sous l'angle			
	Du contexte : effet et conditions de l'entrepreneuriat	De l' acteur : l'entrepreneur	De l' action : le management entrepreneurial, le processus entrepreneurial
Questions-clés	<p>Quel est le rôle de l'entreprise dans la régulation et le développement des activités économiques ?</p> <p>Qu'est ce qui favorise le développement d'activités entrepreneuriales (facteurs incitatifs économiques et socioculturels) ?</p> <p>Quels groupes, dans une société, sont plus susceptibles de « produire » des entrepreneurs ?</p>	<p>Qui est l'entrepreneur ? en qui est-il différent des autres créateurs ? des autres en général ? quel est son profil psychologique ?</p> <p>Pour quoi devient-il entrepreneur ?</p> <p>Pour quoi crée-t-il ? qu'est ce qui le fait agir ?</p> <p>Quelles sont les caractéristiques des entrepreneurs qui réussissent ? qui échouent ?</p>	<p>Qu'est ce qui caractérise un projet d'entrepreneur ?</p> <p>Quelles sont les tâches-clé nécessaires pour établir avec succès une nouvelle organisation ? en quoi diffèrent-elles de celles requises par la gestion courante de l'entreprise ?</p> <p>Comment un projet est-il entrepris ?</p> <p>Comment crée-t-on une entreprise ?</p> <p>Comment naissent les organisations ?</p>
Disciplines de base	<p>Economie</p> <p>Sociologie, anthropologie</p> <p>Ecologie des populations</p>	<p>Psychologie</p> <p>Théories managériales (déterminants du management)</p>	<p>Théories des organisations (perspective de l'adaptation). Théories managériales (stratégies et principes d'action)</p>
Angle de vue	<p>L'entrepreneuriat est une fonction qui joue un rôle moteur dans la croissance.</p> <p>L'entrepreneuriat est un événement induit par des facteurs socioculturels.</p>	<p>L'entrepreneuriat est « incarné ». il est appréhendé comme le comportement d'un individu ayant des motivations et des traits de personnalités particuliers</p>	<p>L'entrepreneuriat est « désincarné ». il est présenté comme un comportement qui se décline en un ensemble d'actions.</p>
Contribution	<p>Importance du rôle de l'entrepreneur dans le développement économique.</p> <p>Importance de forces contextuelles.</p>	<p>L'importance de l'individu.</p>	<p>Importance du processus qui met en jeu de nombreuses variables.</p>
Définition-type	<p>« un entrepreneur est quelqu'un de spécialisé dans la prise de décisions relatives à la coordination des ressources rares » (Casson, 1991, P. 22).</p>	<p>« l'entrepreneurship est une réponse créative, une habileté à percevoir de nouvelles perspectives, à faire des choses nouvelles, à faire différemment les choses existantes » (Toulouse, 1988, P.21).</p>	<p>« L'entrepreneuriat est la création de nouvelles organisations » (Gartner, 1988, P.26).</p>

Source : DANJOU Isabelle, 2002. P. 116.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

2-2 Eléments de motivations et de compétences entrepreneuriales

Verstraete et Saporta¹⁶ ont cherché à mettre les caractéristiques individuelles favorables à l'entrepreneuriat. Ils ont écarté les facteurs tels que la chance ou la santé pourtant déterminants dans certains projets. Ainsi, ils ont présenté douze éléments constitutifs d'un bilan de motivations et de compétences entrepreneuriales qui sont :

- **La vision** : c'est un aspect crucial de l'entrepreneuriat. Les véritables entrepreneurs ont cette capacité à se forger une vision de leur affaire, vision qu'ils vont tenter de concrétiser. L'un des pôles de cette vision, réfère à la connaissance que l'entrepreneur a de ses forces et faiblesses.
- **L'engagement, la persévérance et la détermination** : ces auteurs comparent dans leur ouvrage, la création d'entreprise à un parcours du combattant. Comment passer ces épreuves et résoudre ces problèmes sans ténacité, sans persévérance et sans une forte détermination. Si le temps consacré au projet peut être relatif au tout début du processus, il s'avère vite nécessaire de s'engager totalement.
- **La capacité à conduire l'organisation et l'équipe vers le futur souhaité** : l'entrepreneur doit présenter des qualités de leadership. Le leader est celui sachant justement guider les autres, qu'il aura acquis à sa cause, vers l'atteinte des buts et objectifs. Cette qualité est nécessaire pour l'entrepreneur, la conduite de l'organisation doit être orientée vers la croissance.
- **Une focalisation sur les opportunités d'affaires** : avant de se préoccuper des ressources, de la stratégie et de la configuration organisationnelle nécessaire à la réalisation de celle-ci, tout entrepreneur a détecté ou construit une opportunité d'affaires, et ses actions, ses buts et ses objectifs sont orientés vers l'exploitation de cette opportunité.
- **Le sens de l'initiative, la responsabilité et l'intégrité** : prendre l'initiative de créer une entreprise responsabilise personnellement l'entrepreneur. Sa responsabilité est engagée vis-à-vis de toutes les parties prenantes qu'il aura convaincues, au premier chef desquels sa famille, puis les salariés, les actionnaires, les prêteurs de capitaux, etc.
- **La tolérance à l'ambiguïté, la confiance et l'optimisme** : l'ambiguïté est inhérente au phénomène entrepreneurial. Rien n'est écrit par avance et les surprises sont inévitables. L'avenir est par essence incertain, indéterminable ou inconnu. La confiance, d'abord en soi et l'optimisme permettent de tolérer l'ambiguïté, mais il subsiste toujours des espaces incontrôlables ou inconnus.
- **La promptitude à décider et la capacité d'improvisation** : l'incertitude place le créateur face à des situations nécessitant une prise de décision rapide. C'est surtout le cas dans les environnements de haute-technologie où la compétition

¹⁶ VERSTRAETE T, SAPORTA B. création d'entreprise et entrepreneuriat, Edition l'ADREG, janvier (2006). P.287-292.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

internationale exige une innovation permanente. Les environnements turbulents sont mieux investis par les entrepreneurs et les configurations organisationnelles où l'improvisation est exploitée pour faire face à des circonstances changeantes. Improviser, c'est maîtriser les rythmes temporels, c'est chorégraphier l'organisation pour ne pas subir la cadence imposée par les événements et pour donner le rythme voulu aux changements souhaités.

- **La perception et l'estimation des risques** : sans assimiler l'entrepreneur à un calculateur, le rapport qu'il entretient avec le risque est à la base de théories économiques aujourd'hui largement diffusées. Malgré cela, les études sur l'attitude des individus, et en particulier des entrepreneurs, face au risque fournissent des résultats contradictoires. Pratiquement, il est en général reconnu qu'un entrepreneur sait s'engager personnellement là où d'autres ne s'y risqueraient pas. De plus, il semble capable plus que d'autres d'identifier les opportunités à exploiter, mais ce constat est le plus souvent fait a posteriori, lorsque l'observateur étudie un parcours réussi.
- **Une forte capacité de travail et la résistance au stress** : le phénomène entrepreneurial est consommateur d'énergie. L'observation du terrain confirme ainsi la proposition théorique selon laquelle le processus entrepreneurial démarre par une accumulation d'énergie, qui sera ensuite dépensée pour attirer les différentes ressources dont les créateurs ont besoin pour faire décoller leur entreprise. La pratique du sport, des exercices de relaxation et, si possible, une vie familiale équilibrée par une disponibilité régulière à défaut d'être fréquente, la rencontre avec des amis sortant du cadre professionnel, apportent une énergie nouvelle. Ces dérivatifs au travail permettent également de résister au stress.
- **La créativité** : La créativité se révèle et s'apprend par des méthodes aujourd'hui éprouvées. Elle est à la base de tout processus d'innovation.
- **La capacité à convaincre et à communiquer** : l'exercice de conviction est permanent. Il faut convaincre les possesseurs de ressources d'adhérer au projet d'entreprendre en apportant leur concours. Il faut aussi convaincre les salariés de travailler, les financeurs de prêter, les fournisseurs de livrer, les clients d'acheter, etc.
- **Le souhait d'indépendance** : l'indépendance est très relative et ne correspond pas à la liberté. Un salarié peut être moins dépendant de son employeur qu'un créateur d'un client

2-3 Les types d'entrepreneuriat

Les études typologiques ont dressé plusieurs typologies, où chacune d'elles s'appuie sur un critère de classement jugé déterminant et objectif pour définir les caractéristiques de chaque type d'entrepreneurs par rapport à un autre

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

- **Entrepreneuriat formel et informel** : l'entrepreneuriat formel comprend les activités relatives à l'économie formalisée c'est-à-dire les activités autorisées et reconnues par l'Etat alors que l'entrepreneuriat informel est relatif aux activités qui s'exercent dans le noir, non enregistrées par l'Etat. On peut avoir aussi l'entrepreneuriat souterrain, par analogie à l'économie souterraine qui concerne les activités prohibées et illicites.
- **Entrepreneuriat individuel et entrepreneuriat collectif** : l'entrepreneuriat individuel, c'est la volonté d'une personne de se démarquer, d'acquérir plus d'indépendance et de liberté sans qu'intervienne une autorité, explique Régis LABEAUME¹⁷. Les individus qui empruntent cette voie cherchent à se réaliser sur les plans personnel, professionnel et financier. L'entrepreneuriat individuel correspond en fait au travail indépendant. L'entrepreneuriat collectif ou communautaire est caractérisé par un groupe d'individus qui décèlent un même besoin et qui choisissent d'unir leurs efforts afin de répondre à ce besoin. Dans l'entrepreneuriat collectif, les individus partagent les bénéfices et les risques. Ils ont envie d'entreprendre ensemble et non d'être en concurrence.
- **Entrepreneuriat occasionnel et entrepreneuriat durable** : selon la durée de l'activité, l'entrepreneuriat occasionnel reprenne les activités temporaires, journalières,... alors que l'entrepreneuriat durable correspond aux activités et surtout les sociétés dont l'exploitation dure longtemps.
- **Entrepreneuriat féminin et entrepreneuriat masculin** : certaines activités peuvent être exclusivement exercées par les femmes alors que d'autres peuvent être spécifiques aux hommes.
- **Entrepreneuriat privé, entrepreneuriat public et entrepreneuriat social** : ici le critère est le statut juridique de l'entreprise. Le privé concerne les entreprises du secteur privé ; le public, les entreprises du secteur public et l'entrepreneuriat social concerne les différentes entreprises du secteur de l'économie sociale¹⁸.

¹⁷ Régis LABEAUME (2008), « Types d'entrepreneuriat » [en ligne] [référence du 30 janvier 2009] disponible sur <http://www.defi.gouv.qc.ca>. (consulté le 20/03/2015).

¹⁸ KASEREKA KOMBI. Dynamique entrepreneuriale en territoire de Lubero, Mémoire de licence en économie et finance, Université catholique du Gabon, 2008.

SECTION 3 : LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (PME)

Dans cette section, on va essayer de clarifier la petite et moyenne entreprise en mettant l'accent sur les deux approches : qualitatif et quantitatif, ainsi que les atouts et faiblesses de cette dernière

3-1 Définition :

Par TORRES, nous comprenons que la PME est multifonctionnelle ; elle investit, elle embauche...etc. et on lui a attribué toutes sortes de qualités telles le dynamisme, la réactivité, la souplesse...etc. en somme, TORRES la qualifie de « Small Is beautiful ». De part cette expression, nous constatons que différents auteurs assignent toutes sortes de vertus aux PME.

Selon WEBER(1988) « Les entreprises diffèrent par la taille, le métier, la nature du capital (personnel, familial, étranger,...), mais aussi par le degré d'autonomie (société indépendante, filiale, sous-traitante,...), le rapport à l'économie mondiale (secteur protégé, en expansion ou en déclin,...) à l'origine sociale de son chef, son capital culturel et relationnel, son identité patronale »¹⁹.

Ainsi la définition de la petite et moyenne entreprise peut se subdiviser en deux approches distinctes selon les critères de références utilisés :

- D'une part, nous avons les définitions utilisant des paramètres qualitatifs, (également dénommés critères théoriques et sociologiques) ;
- Et d'autre part, celles utilisant des critères quantitatifs, appelés aussi descriptifs.

Pour obéir à des impératifs d'efficacité, la PME est souvent définie au moyen de paramètres quantitatifs tels que le chiffre d'affaire, le total bilan ou le plus souvent l'emploi.

3-1-1 L'aspect qualitatif de la PME

L'approche qualitative nous livre la réalité socio-économique fondée sur des éléments tels que la dimension humaine de l'entreprise. La PME est une « unité de production ou de distribution, une unité de direction et de gestion, sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise dont il est souvent propriétaire et qui est directement lié à la vie de l'entreprise »²⁰.

¹⁹ COLOT Olivier. « La transmission des PME familiale non cotées : Approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». 2007. P.19.

²⁰ CONFEDERATION GENERALE DES PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE. Définition permanente. Service de documentation. 1983. P.1.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

Cette définition constitue un point de départ commun à toutes les définitions possibles en fonction du type d'entreprise et la gestion pratiquée.

Un élément fondamental revient avec constance, il s'agit de cette dimension humaine liée à la personnalisation de la gestion de l'entreprise. Un exemple de cette personnalisation de l'entreprise est illustré, aux Etats Unis, 1953, dans une étude effectuée par la « Small Business Administration (S.B.A) ». Cette administration créée dans le souci de protéger les petites et moyennes entreprises, retient trois critères définissant la PME qui correspondent à :

- 1- L'indépendance.
- 2- L'appartenance à un entrepreneur indépendant.
- 3- Et la place modeste sur le marché, et par conséquent le pouvoir négligeable sur l'environnement économique.

3-1-1-1 Le rapport Bolton

Au début des années 1970, en Grande Bretagne, un travail d'envergure fut entrepris à fin de conceptualiser la petite entreprise comme entité socio-économique. Une commission, sous la présidence de J.E Bolton, est chargée d'analyser la problématique de la PME. Cette étude, rejoint le « Small Business Administration ».

En ce qui concerne les critères de définition des PME, ceux-ci sont les suivants :

- Une part de marche relativement restreinte.
- L'indépendance de la société.
- Une gestion personnalisée de l'entreprise par son propriétaire.

Il ne s'agit donc pas d'une structure managériale formalisée.

Le propriétaire est présent à tous les niveaux de gestion et ne délègue pas le pouvoir de décision. Ce rapport, met donc, à son tour l'accent sur les éléments liés à la personnalité des dirigeants de la PME.

Cette indépendance de gestion et de la concentration de pouvoirs inscrit la PME dans un « organigramme plat », la taille de l'entreprise peut faire basculer cette gestion flexible caractérisée par un cadre prévisionnel à court terme, à une structure managériale un peu plus formalisée si l'entreprise atteint 200 employés.

Le critère d'indépendance de la PME, exclut les entreprises de taille réduite qui font parties d'un groupe plus important. Les filiales de grandes sociétés ne sont donc pas considérées comme PME. Ces études mettent l'accent sur la diversité des entreprises, et montre la difficulté à aboutir à une définition unique.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

3-1-1-2 Les critères de classement des PME

Dans la réalité des affaires, l'observateur est frappé par l'extrême diversité de cette ensemble composite, hétérogène formé d'entreprises œuvrant dans tous les secteurs productifs, depuis l'agriculture, jusqu'aux services les plus sophistiqués.

La définition de la PME peut englober, outre l'aspect et le rôle incontournable de l'entrepreneur, d'autres caractéristiques sur le personnel et ses relations avec la direction.

La petite taille de l'entreprise implique des liens étroits entre les salariés et leurs supérieurs, mais aussi entre les clients et les fournisseurs ou propriétaires. La marge de manœuvre est limitée dans le cas de négociations pour les achats ou les ventes et l'acquisition de capitaux ou le recours au crédit, ainsi l'autofinancement demeure la solution la plus fréquente.

3-1-1-2-1 Les critères de WYNARCZYK²¹

Pour distinguer la PME de la grande entreprise, WYNARCZYK a proposé (03) critères essentiels : l'incertitude, l'innovation et l'évolution des caractéristiques aux quelles doit faire face la PME.

1. L'incertitude : selon cet auteur, elle se présente sous trois formes :

- La première, est induite par la dépendance au marché, et l'imposition des prix par celui-ci.
- La seconde est due au nombre réduit de clients, du fait que l'entreprise n'offre dans bien des cas qu'un seul produit ou service, ou lorsque l'activité est limitée à sous-traitance d'un produit unique pour une grande entreprise.
- La troisième résulte du lien qui unit l'entreprise à son dirigeant, et au fait que la fonction managériale soit concentrée entre les mains du dirigeant ou de sa famille. Dans ce type de gestion le dirigeant peut réaliser ses objectifs personnels à travers l'entreprise, et peut parfois préférer satisfaire ses aspirations plutôt qu'augmenter le profit et les ventes.

2. Le processus d'innovation ne concerne pas seulement des projets de haute technologie mais aussi le développement quotidien de l'entreprise. Cela peut aussi être une action ponctuelle pour répondre à des pressions concurrentielles.

Cette réactivité est rendue possible grâce au caractère flexible de la PME. Les modifications opérées peuvent concerner les procédés de fabrication du produit ou la définition des tâches et répartition du travail entre les individus. Cette capacité à

²¹ WYNARCZYK . The managerial labour market in small and midium-sized enterprises, London routledge, 1993.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

s'adapter rapidement aux changements imposés par le marché, permet de réduire l'incertitude évoquée par l'auteur.

3. **L'évolution** liée au processus de changement et de croissance comporte plusieurs étapes définies en termes de structures organisationnelles. WYRNARCZYK précise que la PME n'est pas une grande entreprise réduite, mais en tant qu'entité originale et flexible, évoluant au fil des contingences économiques.

3-1-1-2-2 Les critères de G.HIRIGOYEN²²

1. Le premier critère est ce rôle de chef d'entreprise qui assume « les responsabilités financières, techniques, sociales et morales de l'entreprise quelle que soit la forme juridique de celle-ci ».
2. Le second critère est lié à la propriété du patrimoine social. Il précise que la majorité des actifs appartiennent au dirigeant, souvent dans un cadre familial, d'où l'indépendance de la PME.
3. L'objectif de **rentabilité**, qui consiste plus en une conservation du patrimoine investi qu'une maximisation de la valeur des parts sociales. Cette rentabilité d'exploitation se pratique à court terme. Dans cette optique, les prélèvements à usage personnel de la part des dirigeants ne favorisent pas une croissance, souvent alimentée par des modes de financement externes.

En conclusion, le caractère personnalisé de la gestion et la spécialisation insuffisante de la direction débouchent sur une stratégie peu formalisée de la PME. Les relations étroites entre les dirigeants et employés permettent une communication efficace et rendent possible tout type de changement, à court terme.

La flexibilité d'une part, et la **proximité** du marché d'autre part sont des atouts majeurs qui permettent à la PME de s'adapter rapidement et d'être réactive en cas de problèmes d'où son dynamisme.

Donc, tout s'articule autour de cette dimension humaine matérialisée par le chef d'entreprise et sa gestion personnalisée. De cette indépendance découle sa diversité.

3-1-1-2-3 Les critères évolutionnistes de P.A.Julien

Pour P.A Julien²³, il n'ya pas de frontière claire et précise entre la petite et la grande entreprise. Les caractéristiques de la PME ne doivent pas être considérées en complète opposition avec celle de la grande entreprise.

²² G.HIRIGOYEN (1984) « contribution à la connaissance des comportements financiers des moyennes entreprises familiales », thèse de doctorat d'état en sciences de gestion, université de Bordeaux.1984.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

Il propose une réflexion dans le cadre d'un continuum. Entre les deux extrêmes se situe une infinie diversité d'entreprises avec des différences selon les marchés, les secteurs, les directions...

Pour cet auteur, on peut disposer les différents éléments définissant une entreprise sur plusieurs continuum allant du moins au plus, de la très petite à a grande entreprise :

- De la centralisation à la décentralisation de la gestion ;
- D'un marché local et protégé à un marché national et international ;
- D'une stratégie intuitive à une stratégie formalisée ;
- D'un secteur traditionnel ou mature à un secteur moderne et à produits de pointe ;
- D'une technologie traditionnelle et d'une innovation faible à une technologie de pointe et à une innovation radicale.

Les éléments essentiels qui caractérisent la PME, sont donc pour P.A Julien :

1. **La petite taille**, caractérisée par des contacts directs, une distance hiérarchique moindre, des relations de travail plutôt informelles. La PME s'oppose en cela à la grande entreprise plus anonyme, fortement hiérarchisée et formalisée.
2. **La centralisation**, qui se traduit par une personnalisation de la gestion autour du propriétaire dirigeant. Une faible spécialisation, au niveau de la direction, des employés et l'équipement : la direction assume des aspects stratégiques, commerciaux et les rapports avec les institutions aussi bien que les tâches liées à la production.
3. **Une stratégie intuitive**, le dirigeant est suffisamment proche de ses collaborateurs et employés pour leur expliquer oralement les changements qu'il impose sans formaliser par écrit sa stratégie.
4. **Des systèmes d'informations internes et externes peu complexes et peu formalisés**, le contact et le dialogue direct sont préférés aux mécanismes complexes et écrits. La variété des critères et des définitions nous montre qu'il est impossible d'enfermer les PME dans une définition statique. Toutefois, il est indéniable que tout s'articule autour de cette dimension humaine matérialisée par le chef d'entreprise et sa gestion personnalisée.

²³ P. A Julien. Qu'est ce qu'une PME ? Six caractéristiques qui permet en fin de les identifier, le devoir, Octobre, 1984, P.2.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

3-1-2 L'aspect quantitatif de la PME

L'approche quantitative repose souvent sur une analyse qui classe les entreprises par taille et selon le nombre d'employés. Ces critères qualitatifs sont plus simples à utiliser quand il s'agit de mener une étude empirique sur les PME, ou de lui appliquer des dispositions législatives spécifiques notamment dans le cadre d'une politique industrielle ou fiscale.

Cependant, le critère de taille n'entre pas seul dans le concept de la PME. La définition tient compte de la spécificité juridique de la personne morale, mais aussi de la structure organisationnelle.

D'un point de vue exhaustif et selon la pertinence, les critères quantitatifs englobent le profit brut, la valeur ajoutée, le profit net unitaire, le capital, le patrimoine net, la capacité de production, le nombre d'employés, le chiffre d'affaires, la part de marché et les investissements. Cette liste peut être complétée en fonction du rayon d'activité géographique, et du type de la relation propriété-pouvoir.

Les deux critères essentiels qui permettent de déterminer la spécificité de la PME sont :

- Le chiffre d'affaires soumis aux fluctuations économiques.
- Le nombre d'employés (parfois difficile à comptabiliser dans une entreprise familiale) selon le secteur économique, l'analyse s'affirmera avec des paramètres tels que le travail et le capital.

3-1-2-1 Les critères de la Small Business Administration (SBA)²⁴ :

Afin de rendre la définition de la PME opérationnelle, la SBA américaine a établi des critères quantitatifs, dont les limites différentes par secteur, pour chacun des différents programmes d'assistance aux PME.

La SBA définit la PME selon deux critères cumulatifs : l'indépendance, tant pour la dépendance du capital que pour la gestion ;

L'absence de position dominante sur le marché dans son secteur d'activité.

Des critères de taille et de chiffre d'affaires sont ajoutés à ces deux éléments, qui varient selon les secteurs d'activités. Ils apportent leurs contributions à la définition de la PME en se basant sur le nombre d'employés et le volume des ventes. Les programmes

²⁴ SEKKAL. H. forces et faiblesses de la petite et moyenne entreprise privée algérienne dans le contexte des réformes économiques. Mémoire de Magister en sciences économiques, option : Gestion, université d'Oran, 2011. P.17.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

d'assistance, c'est-à-dire les prêts et les limites selon les secteurs, sont classés par la SBA comme suite :

Tableau n°04 : les critères retenus par la SBA

Groupes d'industries.	Critères (selon l'industrie)	Intervalles des limites
Commerce de gros	Travailleurs occupés	Moins de 100
Commerce de détail	Recettes maximales annuelles	De 5 à 20 millions de \$, selon les sous-secteurs
Construction	Travailleurs occupés	De 7 à 17 millions de\$, selon les sous-secteurs
Manufacture	Travailleurs occupés	De 500 à 1500 selon les sous-secteurs
Transports	Recettes maximales annuelles	De 1 à 25 millions de\$ selon les sous- secteurs
Extraction	Travailleurs occupés ou recettes maximales annuelles	Moins de 500 ou moins de 5 millions de\$
Agriculture	Recettes maximales annuelles	De 0,5 à 9 millions de \$ selon les sous-secteurs
Services	Travailleurs occupés ou recettes maximales annuelles	De 500 à 1500 ou de 3,5 à 21,5 millions de\$ selon les sous-secteurs

Source : standard industriel code, S.I.C.3/96

Encore un exemple aussi intéressant soit-il qui vient corroborer l'idée de la difficulté de cerner la réalité des PME.

3-1-2-2 Les critères de l'Union Européenne :

Suite aux différentes crises économiques résultant des deux chocs pétroliers, la PME suscite un regain d'intérêt par son rôle et sa réactivité durant cette période.

Le poids économiques des PME, a conduit la commission européenne²⁵ à mettre en place en 1992 l'observatoire européen des PME. Ce dernier aura pour fonction d'observer la situation et l'évolution des PME, leur réaction à l'égard du marché européen, et de fournir des statistiques nécessaires à leur études.

La définition la plus achevée est proposée par la commission européenne qui voit dans la production d'une définition commune un moyen d'améliorer la cohérence des mesures

²⁵ Recommandation de la commission du 03 Avril 1996, J.O.C.E, L 107/4, 1996.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

prises en faveur de ces entreprises et de limiter les distorsions de concurrence. A la première recommandation sur ce point édictée en 1996 en a succédé une nouvelle, datée du 6 mai 2003, qui n'en modifie pas les critères mais a seulement procédé à l'actualisation des seuils financiers. Selon cette nouvelle recommandation, « La catégorie des micro, petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 43 millions d'euros »²⁶.

Quatre familles d'entreprises, dont trois de PME, sont alors identifiées par la commission européenne :

Tableau n°05: Seuils de la définition européenne de la PME de mai 2003

	Effectifs		Chiffre d'affaires		Total du bilan		Autonomie
Micro-entreprise	[1 ; 9]	Et	<2 millions €	Ou	<2 millions €	et	Moins de 25% du capital ou des droits de vote détenus une autre entreprise
Petite entreprise	[10 ; 49]		<10 millions €		<10 millions €		
Moyenne entreprise	[50 ; 249]		<50 millions €		<43 millions €		
Grande entreprise	250 et plus		>50 millions €		>43 millions€		

Source : LEVRATTO Nadine. « Les PME : Définition, rôle économique et politiques publiques ». De Boeck. Paris. 2009. P. 22.

Aux habituels critères de taille vient s'ajouter un élément de propriété puisque, pour être considérée comme une PME, l'entreprise ne doit pas faire partie d'un groupe. Elle est dite autonome (article 03 de la recommandation du 6 mai 2003 précitée) dans l'un des deux cas suivants :

- Elle ne détient aucune participation dans d'autres entreprises et n'est détenue par aucune autre entreprise ;
- Elle détient une participation de moins de 25% du capital ou des droits de vote d'une ou plusieurs autres entreprises et/ou des tiers ne détiennent pas de participation de 25% au plus du capital ou des droits de vote de l'entreprise considérée.

En revanche, si elle participe au capital d'une autre entreprise ou si elle est détenue dans une proportion supérieure à 25% mais inférieure à 50, la PME est dite partenaire et, au-delà de ce dernier seuil, sera considérée comme liée. Sauf pour ce qui touche aux aides

²⁶ LEVRATTO Nadine. « Les PME : Définition, rôle économique et politiques publiques ». De Boeck. Paris. 2009. P. 22.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

publiques, cette définition européenne ne s'impose pas aux états membres qui restent libres de l'appliquer ou non. Cependant, la commission ainsi que la banque européenne d'investissement (BEI) et le fond européen d'investissement (FEI) les y invitent fortement. On peut comprendre la légitimité d'une telle approche, notamment dans la mesure où la définition de la PME est désormais mise au service de l'action publique dont elle sert à orienter l'action et à filtrer les bénéficiaires ; le critère de l'emploi, plus simple à utiliser, reste néanmoins largement utilisé, notamment lorsqu'il s'agit de réaliser des comparaisons dans le temps ou internationales.

3-2 Atouts et faiblesses de la PME

3-2-1 Les atouts

La PME est une entité propre qui possède des atouts originaux, qui sont principalement au nombre de trois²⁷ :

A. La flexibilité

La flexibilité peut être définie comme la capacité de s'adapter rapidement aux variations qualitatives et quantitatives de l'environnement. La capacité d'adaptation à la conjoncture est essentielle, cette qualité se trouve en particulier chez les PME. Cela revient à dire que les grandes entreprises se caractérisent par une certaine rigidité de structure défavorable à l'adaptation rapide au changement, ce sont souvent handicapés et paralysés par leur bureaucratie interne et la longueur de leur communication. Le tissu de la PME réagit à un déséquilibre économique de manières différentes selon des situations respectives des entreprises.

B. L'efficacité

Etant donné que les charges de structures sont plus faibles dans ce type d'entreprise. Les PME vont obtenir par conséquent un coût de revient plus faible que celui des grandes firmes. De ce fait elles peuvent aisément maîtriser l'ensemble des données de leur environnement.

C. La qualité et la simplicité des relations sociales

La modestie de la taille des PME leur permet une gestion du personnel plus efficace et plus économe : Plus efficace parce qu'elle se traduit souvent par une grande souplesse d'utilisation de la main d'œuvre et par une meilleure implication de celle-ci. Plus économe parce que la main d'œuvre y est en générale moins qualifiée et peu syndicalisée ce qui tend à réduire le coût du travail.

²⁷ ELAMRY. A. « Financement des PME au Maroc : contraintes et perspectives ». Master spécialisé en audit comptable et financier en environnement international, Toulouse (France), 2007.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

3-2-2 Les faiblesses :

La PME souffre d'un ensemble d'handicaps aussi multiples que divers qui se situent presque au niveau de toutes ses fonctions et réduisent de ce fait ses capacités de production et de commercialisation, et ces dernières se résument comme suite :

A. Le rôle de la personne du dirigeant

L'une des caractéristiques propres aux PME réside dans le rôle que joue la personne du dirigeant. Non seulement il cumule les fonctions techniques commerciales et financières mais en outre il assume le plus souvent seul la responsabilité de son affaire. Cette concentration des tâches de gestion entre ses mains le rassure certainement dans la mesure où il est informé de ce qui se passe à l'intérieur de l'entreprise, mais en contre partie, elle ne lui permet pas d'optimiser la rentabilité de son temps et par conséquent il devient sous-informé des réelles potentialités de son entreprise, et perd ses premiers objectifs et sa mission initiale d'élaborer ses stratégies de conquête de nouveaux marchés et de développement de son entreprise.

La grande majorité des dirigeants sont des hommes de production ou de commerce sans grande expérience dans le domaine de Finance, Marketing, Comptabilité, Approvisionnement, gestion de stocks. Or, il faut savoir gérer une entreprise dans son ensemble et saisir les interrelations qui existent entre ses diverses fonctions.

Cependant, si actuellement on assiste à une accélération du taux d'échec au niveau des jeunes PME, ceci n'est pas dû seulement à la conjoncture ou à l'environnement économique mais également aux erreurs commises par leurs dirigeants à titre d'exemple²⁸.

B. Absence de facteurs de compétitivité

- ✓ Manque d'information : Les PME n'ont pas les moyens (humains, financiers, matériels) d'avoir une intelligence économique propre, elles ont pourtant un besoin crucial d'information qui diffère suivant leur objectif : opportunités d'investissement, normes, nouveautés technologiques, marchés et produits nouveaux, etc...
- ✓ Insuffisance d'accès aux nouvelles technologies: est l'une des faiblesses majeures de la PME, ce qui fait le niveau de développement technologique et scientifique d'un pays est à l'image de son progrès économique et que la volonté d'accroître ce dernier nécessite une intégration et une gestion des technologies nouvelles importées puis régénérées sur place.
- ✓ Le manque de personnel qualifié : Les PME se plaignent d'une manière générale de manque de personnel qualifié notamment dans les services, et surtout de ne pas

²⁸ L AKHMIRI .A, BENCHEKRON.S. « La fonction financière dans la PME-PMI » revue gestion et société, n°26 Avril 2007, P.20.

CHAPITRE I : ENTREPRISE, ENTREPRENEUR ET ENTREPRENEURIAT

trouver à l'embauche presque tous les niveaux des personnes spécialisés correspondant aux emplois offerts.

C. Les difficultés financières

Les principales difficultés qu'en souffrent les PME sont de caractère financier, allant jusqu'au menacer leur existence. Ces difficultés trouvent leurs explications dans plusieurs raisons, d'abord il y'a une relative instabilité de leur autofinancement comparé à celui des plus grandes entreprises. Ensuite, en ce qui concerne les crédits, la banque intervient dans le financement des projets des PME suivant une étude de faisabilité laquelle est fondée sur des données techniques et économique-financières.

Enfin les autres moyens de financement (le capital risque, financement via le marché boursier, le crédit bail) ne sont pas bien exploités par les PME.

D. Faiblesse dans la commercialisation

La fonction commerciale des PME a présenté et présente encore, malgré une amélioration notable dans les dernières années, des lacunes persistantes telles que le manque de connaissance de leurs marchés existants ou potentiels, la programmation insuffisante d'une action commerciale menée au coup par coup, un effort trop modéré de présentation des produits et services à écouler, mais aussi une qualité parfois médiocre de l'accueil et du service après vente, et une assez forte résistance aux formes modernes de la publicité et des médias.

CONCLUSION

Dans ce premier chapitre, nous avons étudié l'aspect théorique de l'entrepreneuriat en général qui joue un rôle structurel et dynamique important dans toutes les économies, en développant le marché, la catégorie des entrepreneurs en tant que force motrice de la société par sa tendance permanente à la création des richesses et au développement.

Les études consultées s'accordent à considérer que le développement des PME dépend de plusieurs facteurs, dont l'existence d'un climat favorable (Liberté d'action, compétitivité,...) et d'une culture entrepreneuriale qui favorisent l'émergence des entrepreneurs et stimulent l'investissement. C'est dans cette optique, qu'apparaît le rôle primordial que les PME sont appelées à accomplir dans la conduite d'un développement économique durable.

CHAPITRE II :
LA PLACE ET LE ROLE
DE LA FEMME DANS LA
CREATION DES
ENTREPRISES

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

INTRODUCTION

Il est nécessaire de faire une vision sur les femmes entrepreneures qui sont marginalisées et invisibles dans les différentes recherches effectuées au niveau mondial généralement et en Algérie en particulier.

L'intérêt primordial de ce présent chapitre est d'étudier la place des femmes entrepreneures dans le monde comme première section, puis en Algérie en concentrant sur la place des femmes algériennes dans la population active ainsi que la place et le rôle des femmes en tant qu'entrepreneures en Algérie.

SECTION 1 : FEMME ENTREPRENEURE ET SA PLACE AU NIVEAU MONDIAL

1-1 La femme entrepreneure :

Selon Lavoie (1988): « La femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe activement à sa gestion courante »¹.

Pour HERNANDEZ : « La femme entrepreneur est comme une initiatrice d'un processus complexe : initiatrice, car elle celle qui est à l'origine, qui ouvre la voie nouvelle, processus pour démontrer l'importance du temps et le caractère organisé des phénomènes en jeu, complexe pour faire ressortir la grande variété des éléments à considérer et leur indépendance »².

CONTILLON.R de son coté pense que : « La femme entrepreneur est celle qui assume le risque de l'incertain, du non probabilisable ; elle s'engage de façon fermé vis à vis d'un tiers, sans garantie de ce qu'elle peut en attendre »³.

« Des femmes passionnées et déterminées qui ont choisi de créer leur entreprise ou travailler à leur compte pour avoir le contrôle sur les décisions, et gérer leur temps avec sentiment de flexibilité, exploiter au maximum leurs capacités et les compétences avec un objectif personnel de se réaliser à travers ce projet de vie⁴ ».

D'après ces différentes définitions, on constate que le mot entrepreneure avec « e » à la fin désigne :

¹ « Etude des besoins des entrepreneures propriétaires de micro-entreprises privées ou travailleuses autonomes de la ville de Longueuil » Collège condition féminine CLD Longueuil, société Conseil BPS inc, Janvier 2004. P. 10.

² EM, HERNANDEZ. « Le processus entrepreneurial », Le seuil, Paris, 1999. p.57.

³ CARTILLON. R. « Essai sur la nature et le commerce général »,ed: PUF, Paris, 1975. p.25.

⁴ Collège condition féminine CLD Longueuil, 2004, op.cit, P. 33.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

- ✓ Le genre féminin du métier entrepreneur.
- ✓ La femme autonome qui contrôle, décide et gère une entreprise.
- ✓ La femme créatrice d'une entreprise de qualité innovante.
- ✓ La femme créatrice d'une entreprise porte une passion et une détermination.

1-2 L'entrepreneuriat féminin :

L'entrepreneuriat s'applique aussi bien à la femme créatrice d'entreprise, même si certains auteurs reconnaissent l'existence de certaines caractéristiques à l'entrepreneuriat dit féminin, dont ABDERAHMANE Kounta Safiah qui définit l'entrepreneuriat féminin comme étant : « toutes les activités effectuées en dehors du ménage, qui permettent à la femme de faire suffisamment de profits pour au moins maintenir son activité. Ces activités sont classées de l'agriculture de subsistance aux multinationales, mais impliquent en général des activités à petite échelle, moyennant peu de capital et de technologie »⁵.

De cette définition, on déduit que les activités entrepreneuriales des femmes exigent peu de capital et de technologie en raison de ses ambitions limitées dans les sociétés en voie de développement et de son investissement quasi-total dans la micro-entreprise du secteur tertiaire.

1-3 Différents types des femmes entrepreneures

Selon une étude typologique effectuée en 1984, il y'a 03 types de femmes entrepreneures :

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

⁵ ABDERAHMANE Kounta Safiah. « Caractéristiques de l'entrepreneurship féminin au mali ». Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations, Mcs en Economie, l'Université du Québec à Chicoutimi, 1997. P. 17.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

1-4 Les caractéristiques des entreprises détenues par les femmes entrepreneurs

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

- Les entreprises détenues par des femmes adressent le plus souvent leur production aux ménages et rarement à des entreprises ou au secteur public ;
- Une part importante des entreprises créées par les femmes entrepreneurs sont détenues en copropriété avec le conjoint qui partage avec sa femme la gestion de l'entreprise ;
- Les entreprises créées par les femmes entrepreneurs sont sous-capitalisées par rapport à celle créées par les hommes. Les femmes démarrent leur entreprise avec uniquement 1/3 du capital utilisé par les hommes pour la création de leur entreprise ;
- Les entreprises détenues par les hommes dégagent trois fois plus de chiffre d'affaires que les entreprises détenues par les femmes ;
- Les entreprises détenues par les femmes utilisent moins d'inputs. Elles emploient la moitié du nombre d'employés engagées par leurs homologues masculins et utilisent la moitié des ressources financières pour lancer une opération ;
- Les entreprises détenues par les femmes sont généralement plus jeunes. Elles sont plus susceptibles que les entreprises détenues par des hommes d'être de très jeunes start-ups⁶.

1-5 Réflexions sociologiques sur l'entrepreneuriat féminin

Selon l'OCDE, les femmes entrepreneurs sont largement marginalisées et restent invisibles dans les recherches dominantes consacrées à l'entrepreneuriat⁷.

« Le processus entrepreneurial est perçu comme une séquence interactive de variation, sélection et pérennisation ancrées dans l'histoire et en culture de la société »⁸. Ce qui s'explique par le fait que l'histoire et la culture ont attribué des rôles différents dans la société. L'entrepreneuriat féminin dans ce cas diffère de celui du masculin. Autrement dit, l'entrepreneuriat est un processus historique qui s'inscrit dans l'histoire de la société et s'imprègne de sa culture et de ses valeurs, comme il contribue à les transformer. C'est ainsi qu'on peut parler d'une culture entrepreneuriale qui se transmet de génération en génération.

⁶ BATES, (2002). Cité par CHABOUR. N « L'entrepreneuriat féminin en Algérie : cas des femmes entrepreneurs de la wilaya de Bejaia » Thèse de Master en science de gestion, Université de Bejaia, 2013.P.34.

⁷ 2^{ème} Conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME). « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée ». Istanbul, OCDE, 2004. P. 29.

⁸ Ibid. P. 30.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

Les managers féminins sont différents des managers masculins dans leur manière d'entreprendre « entreprendre de façon offensive ». Cela est sûrement dû à la société, parce que ces femmes, même si elles créent leurs entreprises, elles créent des entreprises de petite taille afin d'assurer leur succès tout en respectant les responsabilités et les devoirs familiaux car leur préoccupation première est de concilier entre leur vie professionnelle et leur vie familiale. Autrement dit, leurs aspirations et ambitions professionnelles des femmes entrepreneures sont limitées les charges et responsabilités familiales particulièrement pour les femmes mariées avec enfants.

A partir des années 2000, on commence à comprendre que le mode de management devient de plus en plus féminisé au niveau de différentes organisations qui évoluent, sa réflexion porte sur le modèle de gestion des femmes dans différents domaines ; que ce soit économique, politique, administratif ou encore financier. Longhi pense que le fondement de base de management féminin repose essentiellement sur le fait que les femmes croient à la convivialité et à l'établissement de rapports individuels et sociaux qui ne sont pas régis par la force ou la violence. Leur expérience de la gestion des rivalités entre les enfants, transposée à l'entreprise, est sans doute d'une grande utilité. En fait, selon cet auteur, l'expérience parentale (maternelle) est la première école de management. Autrement dit, le développement de la capacité à organiser, à déléguer, à écouter, à régler les conflits latents est une des spécificités féminines émanant de la qualité intrinsèque de mère⁹. Il a également cité que ces femmes redoutent de parler des spécificités les concernant de peur qu'elles soient ghettoïsées. Autrement dit de peur de se faire enfermer dans des stéréotypes et de les mettre à l'écart.

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

« Ainsi les recherches telles que celles d'Envola confirment l'hypothèse selon laquelle les femmes entrepreneures sont différentes de leurs homologues masculins. Ces différences proviennent de construits sociaux qui influencent la répartition des rôles entre les hommes et les femmes au sein d'une société. Ce que nous retenons de cette étude, c'est que l'utilisation du concept genre semble plus pertinente dans les pays en voie de développement

⁹ Ibid. P.17.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

ou encore en son développement dans la mesure où l'emprise de la culture sur les rationalités des acteurs est très forte »¹⁰.

1-6 Les problèmes et les barrières auxquelles font face les femmes entrepreneurs

Si les hommes doivent faire face à des difficultés pour créer leur entreprise, les femmes ont à vaincre des barrières qui sont propres, notamment les attitudes socioculturelles négatives encore prévalentes, des barrières externes tout à fait pratiques et des difficultés personnelles.

Parmi ces obstacles nous citons¹¹ :

- Les attitudes négatives sont souvent pour origine de la discrimination sexuelle, dans ses rapports quotidiens avec les différents partenaires associés à son entreprise (fournisseurs, banquiers ou clients), la femme souffre souvent d'un manque de crédibilité ;
- L'accès au financement est l'un des problèmes les plus difficiles qui a été le manque d'accès aux prêts venant des sources bancaires. La femme qui veut lancer une entreprise réunit rarement les conditions exigées par une banque ;
- Le manque d'expérience en gestion (et donc le besoin d'acquérir des connaissances et des habiletés dans ce domaine) ;
- L'isolement, compte tenu du nombre réduit de réseaux d'entraide et des difficultés à s'intégrer aux réseaux existants ;
- Les doivent aussi franchir des barrières personnelles pour devenir entrepreneur, étant du mal à concilier travail-famille, qui demeure au cœur des préoccupations des femmes entrepreneurs. Peu d'entre elles peuvent consacrer leur temps et leur énergie à leurs affaires.

1-7 La nécessité du développement de la mentalité entrepreneuriale

A travers le monde entier, le pacte social dominant a longtemps été celui du salariat, de l'emploi à vie dans la grande entreprise. L'homme en acceptant de devenir salarié, échange sa soumission à une hiérarchie contre divers avantages : la garantie de l'emploi, la possibilité de progresser dans l'échelle sociale, l'assurance de bénéficier lui et sa famille des bienfaits de la solidarité. La vision de l'homme est d'aborder les problèmes de vie et de l'emploi présents ou futurs avec un esprit entrepreneurial. C'est ce dernier qui permettrait à l'homme d'observer son environnement, à être sensible à ses besoins non satisfaits, à analyser ses compétences et à améliorer sa formation notamment ; travailler en équipe, participer à des groupes de projets,

¹⁰ COLOT.O, COMBLE. K et LDHARI. J. « Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat ». Académie universitaire Wallonie, Bruxelles. P. 7.

¹¹ CHOULAK. L, DJAYET. L, « L'identité professionnelle des femmes entrepreneurs de la région de Bejaia », mémoire de Master en sociologie de travail et des ressources humaines, Université de Bejaia, 2014.P.23.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

créer des réseaux et les animer, être ouvert aux autres, prêt à s'investir, conscient qu'il faudra toujours se remettre en question et s'améliorer de temps à temps.

L'homme pense qu'avec le développement de la mentalité entrepreneuriale aussi bien au niveau de chaque individu dans son comportement personnel qu'au niveau interne de l'entreprise avec le développement d'activités nouvelles, il peut amener un plus grand nombre à passer à l'acte et à devenir entrepreneur¹².

1-8 L'impact économique de l'entrepreneuriat féminin au niveau mondial

Le tableau n°06 nous expose l'impact économique de l'entrepreneuriat féminin dans un certain nombre de pays développés. Il est difficile de comparer entre plusieurs pays du moment que premièrement ; dans certain pays, l'information sur l'entrepreneuriat féminin est presque inexistante et tend vers zéro. Deuxièmement, les définitions et les méthodes de collecte de données sont différentes d'un pays à un autre. Et enfin, en troisième lieu, et c'est peut être le point le plus important, l'entrepreneuriat féminin joue un rôle considérable et surtout connu par son poids croissant. Sa croissance est rapide surtout dans les pays développés.

Comme, nous l'avons dit au début, nous disposons de quelques chiffres représentant l'impact économique de l'entrepreneuriat féminin au niveau d'un certain nombre de pays dans le monde. Au Canada par exemple, à l'aide des données statistiques, nous observons qu'il ya plus de 82 100 femmes entrepreneures et leur contribution économique annuelle dépasse les 18,1 milliards de dollars canadiens. Avec une augmentation de 208% du nombre de ces femmes entrepreneures entre 1981 et 2001 contre un pourcentage de 38% pour ce qui est des hommes. Par contre, le chiffre d'affaires des femmes est plus faible à celui des hommes. Aux Etats-Unis, d'après l'US Census bureau, les entreprises féminines sont représentées par un pourcentage de 28% sur un total de 23 millions soit 6,4 millions entreprises féminines. En Allemagne, le chiffre atteint les 1,03 millions d'entreprises détenues et gérées par des femmes. En Suède, les femmes ont en moyenne 0,6 salariés à temps plein contre 1,7 pour les hommes. Les femmes détiennent des entreprises plus petites que les hommes mais l'écart de taille diminue de plus en plus. Concernant les autres pays, les femmes entrepreneures sont à 26% en ce qui est du Royaume-Unis en 1999, et 36% pour la Corée du sud en 2001.

Au vu de ces résultats, nous concluons que les femmes constituent une force économique, elles réalisent au même temps un chiffre d'affaires élevé et des emplois et pour elles (auto-emploi) et pour d'autres personnes.

¹² REMO YOSSA. Michel. Attitude de la femme vis-à-vis de l'entrepreneuriat, Mémoire de Master en sociologie, université de Kinshasa. 2002. (Disponible sur mémoire online).

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

Tableau n°06 : Impact économique des femmes entrepreneures

Pays	Impact économique	Année	Source
Allemagne	<p>Il y a au total 1,03 millions d'entreprises ayant pour propriétaire une femme. Les entreprises appartenant à des femmes et dirigées par leur propriétaire qui ont un chiffre d'affaires d'au moins 16 620 euros (n=522 000) représentent 18 pour cent du total dans cette catégorie et emploient millions de salariés.</p> <p>Ces entreprises réalisent un chiffre d'affaires global de 232 milliards d'euros, soit environ 6 pour cent du total et 11 pour cent de celui dégagé par les entreprises dirigées par leur propriétaire.</p>	2000	Kay et al. (2003)
Canada	<p>On recense plus de 82 100 femmes entrepreneures, et leur contribution à l'économie dépasse 18 109 milliards de dollars canadiens par an.</p> <p>Entre 1981 et 2001, le nombre de femmes entrepreneures a bondi de 208%, contre seulement 38% pour les hommes.</p> <p>Le chiffre d'affaires annuel moyen des entreprises détenues par des femmes est significativement inférieur. En 2000, celui des PME appartenant à des femmes s'est établi à 311 289 dollars canadiens, contre 654 294 pour les entités dont le propriétaire est un homme.</p>	2003	Groupe de travail du premier ministre sur les femmes entrepreneures.
Corée du Sud	<p>Les entreprises ayant pour propriétaire/dirigeant une femme, représentent 36 pour cent de l'ensemble des entreprises (n=1,1 millions).</p>	2001	Bureau national de statistique de la Corée Fédération coréenne des petites entreprises.
Etats-Unis	<p>Les entreprises ayant pour propriétaire/dirigeant une femme représentent 28 pour cent sur le total de 23 millions d'entités (n=6,4 millions) et emploient 9,2 millions de personnes, soit 9 pour cent de l'effectif salarié du secteur privé.</p>	2002	US Census Bureau
Royaume-Uni	<p>Les femmes représentent 26 pour cent sur un total de 3,2 millions de travailleurs indépendants (n=824 659).</p>	1999	Carter et al. (2001)
Suède	<p>Les femmes créent 28 pour cent des nouvelles entreprises et emploient en moyenne 0,6 salarié à temps plein (contre 1,7 pour les hommes).</p>	2001	(ITPS, 2002)

Source : 2ème conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME). « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée ». Istanbul, OCDE, 2004, P.13.

Le rassemblement des données des pays membres de l'OCDE sur le nombre d'entreprises d'hommes et femmes travaillant à leur compte pour l'année 2000, les données affichent alors, la proportion la plus faible concernant la Turquie avec 13% et la plus forte pour le Portugal avec 40%. Egalement figure en tête les Etats Unis et le Canada avec respectivement 40% et 38%. Et la plupart des pays affichent notamment une proportion comprise entre 22% (Danemark) et 33% (Autriche). A cet effet, on remarque que la part relative des femmes travaillant à leur compte varie d'un pays à un autre. En ce qui concerne l'Europe, les statistiques de la commission économique des Nations-Unis peuvent nous permettre d'estimer l'importance de l'entrepreneuriat féminin. Selon ses statistiques, le pays

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

représentant la part la plus faible est la Turquie et celui qui représente la part la plus forte c'est la République de Moldova¹³.

SECTION 2 : LA PLACE DES FEMMES DANS LA POPULATION ACTIVE EN ALGERIE

En Algérie, dans un contexte économique globalement difficile, la place des femmes sur le marché du travail se modifie. L'entrepreneuriat féminin est riche de perspectives de développement économique et social. Alors que le secteur étatique a été un principal acteur économique et social, depuis une décennie l'Etat Algérien et les instances internationales développent des mesures et incitent le dynamisme économique en vue d'une libéralisation de l'économie.

2-1 La population active féminine

Au cours de ces dernières années, l'Algérie a connu d'importantes mutations de sa situation de l'emploi. L'amélioration du niveau d'éducation de la population notamment chez les femmes a permis à des filles de poursuivre des études supérieures, de s'insérer plus facilement dans le marché du travail. Cette amélioration a conduit à une augmentation importante de chômage surtout le chômage des femmes, et au développement du secteur informel.

Encore actuellement, la part des femmes dans la population occupée reste faible et que ne progresse que lentement, les travailleuses sont surtout des femmes universitaires dont leurs emplois restent largement confiés dans des domaines particuliers tel que l'enseignement, l'administration et la santé¹⁴.

La population active telle que définie par le bureau international du travail (BIT) se compose¹⁵ :

- Des occupés, ou personnes en âge de travailler (15 ans et plus) et exercent une activité en contre partie d'une rémunération en argent ou en nature (activité marchande).
- Des chômeurs, ou personnes en âge de travailler (16 à 59 ans), sans travail et cherchant effectivement un emploi.

¹³ OCDE, Op. cit.P.14.

¹⁴ Rapport sur le chômage et l'emploi en Algérie de l'office national des statistiques (ONS), 2001-2011.

¹⁵ ONS, Communication présentée par : Hassen SOUABER, « Activité féminine en Algérie : réalités et perspectives », 2004. P.20.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

Tableau n°07 : Evolution de la population active totale (2004-2014) en milliers

	2004	%	2010	%	2014	%
Féminin	1660	17,53	1822	16,85	2078	18,14
Masculin	7810	82,47	8990	83,15	9376	81,86
Total	9470	100	10812	100	11453	100

Source : ONS, données statistiques, emplois, Septembre. 2014.

Le tableau ci-dessus montre que la population totale active est passée de 9, 470,000 en 2004 à 10, 812,000 en 2010, pour arriver à 11, 453,000 en 2014.

La population active féminine varie d'une période à une autre, en 2004 les femmes représentent 1, 660,000 avec un taux de 17,53%, en 2010, 1, 822,000 avec un taux de 16,85% et en 2014 passe à 2, 078,000 avec un taux de 18,14%. Malgré cette variation le taux d'activité féminine reste faible.

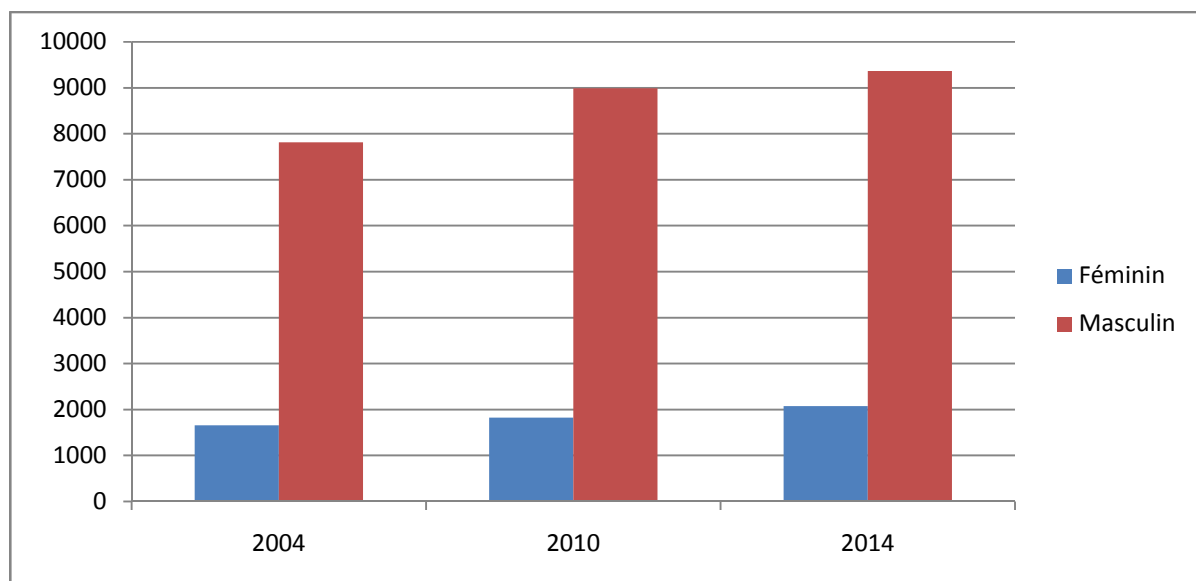


Figure n°01 : Evolution de la population active totale (2004-2014) en milliers

Tableau n°08 : Evolution de la population active féminine (en milliers)

	2004	%	2010	%	2014	%
Occupée	1359	81.87	1474	80.90	1722	82.91
Chômeuse	301	18.13	348	19.10	355	17.09
Totale	1660	100	1822	100	2077	100

Source : ONS, données statistiques, emplois, septembre, 2014.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

Le tableau précédent nous montre que la population active féminine augmente d'une période à une autre, ce qui fait 1, 660,000 femmes en 2004 dont 1, 359,000 occupées et 301,000 chômeuses, en 2010 sur 1, 822,000 femmes, 1, 474,000 sont occupées et le reste sont chômeuses ainsi en 2014 la population active féminine remonte à 2, 077,000 dont 1, 722,000 occupées et 355,000 chômeuses. Cette population active féminine est plus élevée au milieu urbain que rural.

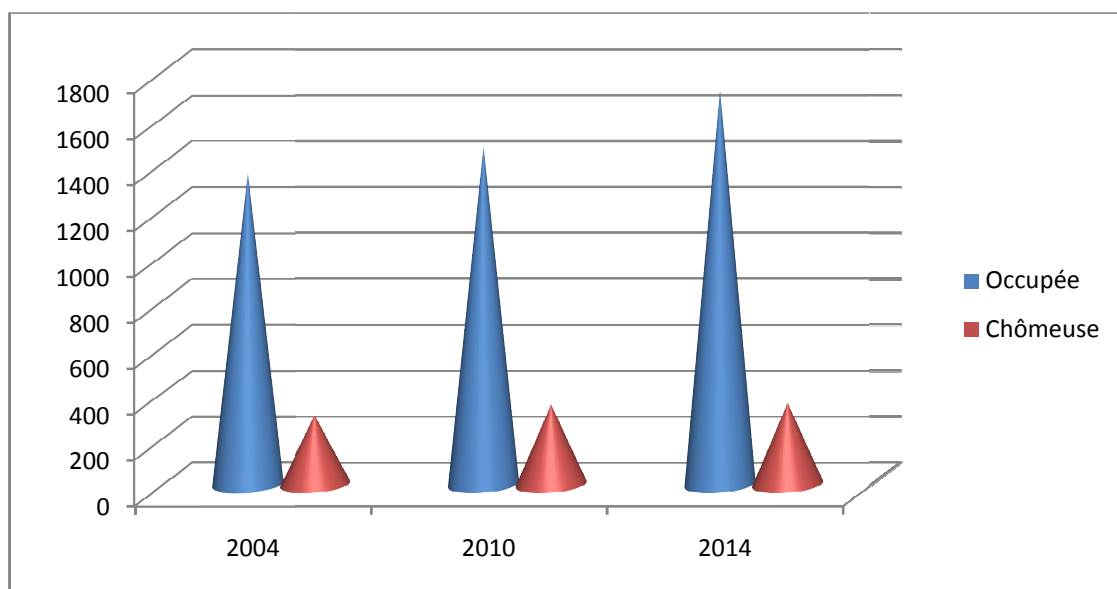


Figure n°2 : Evolution de la population active féminine

2-2 Education et formation des filles

L'obligation de la scolarisation des enfants âgés de 6 à 14 ans et les efforts fournis au profit du secteur de l'éducation depuis l'indépendance se sont traduits par l'accroissement progressif du taux de scolarisation des filles.

Tableau n°09 : Les étapes de formation des filles entre 2006 et 2010.

Période	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
Etape de la formation				
Enseignement primaire	4 078 954	3 931 874	3 247 258	3 307 910
Dont les filles %	47,23%	47,31%	47,29%	47,28%
Enseignement moyen	2 443 177	2 595 748	3 158 117	3 052 523
Dont les filles %	49,77%	49,33%	48,73%	48,74%
Enseignement secondaire	1 035 863	974 748	974 736	1 171 180
Dont les filles %	57,57%	58,56%	57,94%	58,25%

Source : Etablir à partir des données ONS.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

Le tableau précédent montre la forte participation des filles à tous les cycles de scolarisation, la part des filles dans l'enseignement primaire est de 47,23% entre 2006/2007 et qui reste dans les mêmes niveaux pour les années à venir, 47,31% en 2007/2008, 47,29% en 2008/2009 et 47,28% en 2009/2010.

L'enseignement moyen est de 49,77% en 2006/2007, 49,33% en 2007/2008, 48,73% en 2008/2009 et 48,74% en 2009/2010.

Pour l'enseignement secondaire, la part des filles scolarisées dépasse celui des garçons avec un taux de 57,57% en 2006/2007, 58,56% en 2007/2008, 57,94% en 2008/2009 et 58,25% en 2009/2010.

2-3 Caractéristiques et évolutions du travail et de l'emploi des femmes

En Algérie, le droit du travail et la constitution algérienne excluent toutes formes de discrimination dans le travail. Les femmes ne participent que très faiblement au marché du travail, même si l'emploi féminin est en croissance. Certes, en Algérie le taux de participation des femmes à l'activité économique dans le cadre d'un emploi rémunéré connaît un accroissement, mais qui reste faible. Par ailleurs, ce développement est très inégal comme le soulignent les fortes variations des taux d'activité féminine d'une région à une autre en fonction des développements économiques de ces régions et selon les zones urbaines et rurales. Récemment, la femme algérienne consacrait une large part de sa vie à ses enfants et aux activités domestiques. Son activité économique étant souvent inconnue des statisticiens, elle était classée comme « inactive » dans les statistiques officielles. Encore aujourd'hui, près de six millions de femmes sont classées « femmes au foyer » et donc inactives. La dernière enquête de l'ONS confirme la faiblesse du taux d'occupation féminin malgré une évolution constante (7.7% de la population active occupée en 1977, 11.6% en 1992).¹⁶

Une insertion plus forte des femmes dans la vie active a été facilitée par les mutations structurelles de la société algérienne comme la salarisation massive de l'emploi, la tertiarisation de l'économie, l'urbanisation, la démocratisation de l'enseignement, une réglementation du travail garantissant un accès égal à l'emploi pour tous sans distinction de sexe. Nous observons un phénomène d'ordre démographique : l'indice de fécondité est en baisse (7.9 enfants par femmes en 1970 et 3.6 en 1996), et l'âge moyen des femmes au premier mariage est en baisse (18.3 ans en 1966 à 25.9 ans de nos jours). Ces facteurs sociodémographiques influencent l'accès au travail des femmes par la dynamique d'indépendance qu'ils peuvent leur permettre de développer. Cependant, les obstacles à l'emploi massif féminin sont nombreux : un chômage en progression (plus important chez les femmes que chez les hommes), des limites idéologiques et socioculturelles (statut personnel

¹⁶ ONS (Office National des Statistiques), « Enquête sur les ménages », 2000.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

réactionnaire, niveau d'instruction inégal, activités professionnelles dépendantes des cycles de vie féminin).¹⁷

L'emploi féminin officiel se caractérise par son jeune âge et est plus répandu avant le mariage. Il existe des situations professionnelles différenciées entre les femmes selon leur niveau de qualification et de formation. L'emploi se concentre dans la métropole et dans les villes. Les femmes occupées sont à plus de 90% sous le régime du salariat.

2-3-1 L'emploi féminin en fonction du secteur

Selon les secteurs d'activité, de fortes inégalités caractérisent l'emploi des femmes. L'emploi dans le secteur formel couvre principalement l'emploi salarié dans le secteur public. En 1992, 84% des femmes occupent un emploi dans le secteur public contre 52% des hommes. L'emploi du secteur public est localisé en milieu urbain, dans l'administration et les services collectifs (éducation, santé...). En 2000, l'administration est le plus grand employeur des femmes, regroupant 61.3% des femmes employées. Les services représentent 23%, l'industrie 7.3% et le commerce 4.5% de l'emploi féminin.

L'accès des femmes à des postes de direction ou à des postes supérieurs dans la fonction publique, dans l'éducation, dans la santé, est faible. Tous secteurs confondus, la part de féminisation dans la fonction de « directeurs, cadres administratifs supérieurs » est de l'ordre de 6%, pour 94% d'hommes. Les explications résident dans une participation faible des femmes à l'activité économique et dans la persistance de préjugés discriminatoires sur la place de la femme dans la société algérienne.

L'analyse d'un marché de l'emploi dual : femmes instruites et qualifiées ; femmes sans qualification et sans instruction avec des emplois au plus bas de l'échelle n'est pas pertinente aujourd'hui. De nouvelles catégories de salariées, avec un niveau d'instruction moyen occupent massivement des fonctions essentiellement dans le secteur privé : vendeuses, caissières, hôtesse d'accueil. Le recrutement des femmes est motivé par des logiques multiples, au sein desquelles le poids des réseaux sociaux est fort, surtout en milieu rural. D'un côté, la femme peut être recrutée pour des qualités considérées comme liées à sa condition de femme (docilité, sérieux, facilités à encadrer d'autres femmes), au-delà de ses compétences professionnelles. D'un autre côté, la condition de « femme » peut être un frein à son recrutement (valeurs traditionnelles et représentations sociales des rôles de la femme, organisation de la mixité au travail). Or, la pauvreté amène des évolutions sociales actuelles sans précédent, avec la reconnaissance de l'emploi des femmes comme une nécessité vitale pour les familles.

¹⁷ GILLET Anne, « Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie : des dynamiques entre traditions et innovations », in PME, emploi et relations sociales France-Maghreb, sous la direction d'Abdou. A, Bouyacoub.A, Lallment.M, Madoui.M. L'Harmattan, Paris, 2007. P.109.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

2-4 Indicateurs sur le travail des femmes en Algérie

Il nous semble très intéressant de faire une certaine comparaison entre la participation de la femme à la vie économique par le biais du travail en Algérie, par rapport à deux pays voisins du Maghreb : la Tunisie et le Maroc.

Tableau n°10 : Le taux d'emploi par sexe au Maghreb

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

Source : Ministère de la formation Professionnelle et de l'emploi/ INS (Recensement General de la population et de l'Habitat (1984,1994, 2004)/ Enquête Nationale sur l'Emploi (1999, 2005, 2006, 2007, 2008).

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

Tableau n°11 : Indicateurs sur les femmes dans les trois pays du Maghreb

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

Source : WWW.womenpoliticalparticipation.org.

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

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

SECTION 3 : LA PLACE ET LE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES EN ALGERIE

Poussées par des contraintes économiques ou par des choix personnels, les femmes accédant au travail ont à gérer plusieurs logiques parfois antagonistes entre traditions et évolutions, entre logiques communautaires et logiques individuelles. Dans ce contexte social et économique, les femmes créatrices et chefs d'entreprises, ont, de plus, directement à négocier et à affirmer une place nouvelle dans la société algérienne : celle de responsable et dirigeante d'entreprise. Elles ont à développer des stratégies de développements professionnels et personnels spécifiques

3-1 Typologie socioprofessionnelle des femmes chefs d'entreprise

Nos analyses des profils socioprofessionnels de ces femmes chefs d'entreprise et de leurs ressources (familiales, sociales, économiques, issues des diplômes et des formations, d'expériences professionnelles, de motivations personnelles...) nous ont permis de construire des types principaux de logiques entrepreneuriales féminines. Les conditions de vie et les difficultés rencontrées soulignent la diversité et la richesse de leurs situations de travail. Nous proposons ci-dessous une première classification de ces logiques entrepreneuriales à travers cinq types principaux¹⁸.

3-1-1 Une logique familiale

Ces femmes ont accès aux ressources de membres de leur famille dans l'entrepreneuriat : soit au moment de la création de l'entreprise, soit par héritage familial. Les ressources familiales et sociales sont essentielles.

3-1-1-1 La construction familiale

Dans certains cas, la création d'entreprise est relativement ancienne (dans les années 1970 et 1980) et ces femmes ont aujourd'hui entre 50 et 60 ans. Elles ont suivi peut d'études et ont travaillé depuis leur jeune âge. Un parcours atypique caractérise leur dynamique. Par exemple, une expérience professionnelle en France de travail salarié puis de créations d'entreprises en France avec l'époux amènent à une réussite économique. Le retour au pays dans les années 80 a permis la création d'une entreprise dans le même secteur mais avec une orientation autre, différente, plus porteuse et attrayante (exemple de l'habillement), et aujourd'hui de dimension internationale. Le rôle de l'époux a été fondamental dans cette création. Une autre situation est celle de femmes appartenant à une grande famille ancienne et aisée, et qui créent, avec l'aide de leur famille (père, frère, participation du mari), une entreprise (exemple : bateaux, aujourd'hui de dimension internationale). Ces femmes ont créé leurs entreprises à un âge jeune, avec l'aide de leur famille et avec au départ un capital

¹⁸ Ibid, P. 116.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

économique élevé. Dans d'autre cas, il s'agit de jeunes femmes (entre 20 et 30 ans) avec un niveau d'études baccalauréat, qui se sont lancées récemment (dans les années 1990et 2000) dans la création d'entreprises, avec l'aide de leur réseau familial. Elles débutent soit après leurs études non achevées, soit après une première expérience en entreprise. La création d'entreprise est parfois un palliatif du chômage. L'aide du mari ou du père (qui ont le plus souvent déjà une entreprise), est fondamentale pour la création. Le couple crée alors ensemble l'entreprise, bien souvent à partir de ressources financières personnelles et familiales, grâce aux réseaux sociaux et à une première expérience réussie dans l'entrepreneuriat. Les secteurs d'activités sont souvent nouveaux et porteurs (restauration pizzeria ; matériels et services informatiques...).

3-1-1-2 L'héritage familial

Cette dynamique entrepreneuriale concerne des femmes d'âge avancé, qui héritent de leur mari et reprennent la direction de l'entreprise avec succès. Elles ont généralement suivi peu d'études.

Elle concerne aussi des jeunes femmes (entre 30 et 40 ans), héritières depuis peu de l'entreprise créée par le père (dans les années 80) et qui ont fait des études universitaires approfondies, sans forcément en lien avec l'activité développée (exemple de la production plastique). C'est à la fois le chômage dans leur métier initial et l'opportunité de travailler dans l'entreprise familiale qui les ont motivées. D'autres membres de la famille (exemple d'un frère ingénieur) participent souvent à cette entreprise. Ces jeunes développent alors Des pratiques de travail nouvelles, des évolutions organisationnelles de l'entreprise et aboutissent à de nouveaux développements économiques.

3-1-2 Une logique professionnelle

Ces femmes ne bénéficient ni de tradition familiale de pratiques d'entrepreneuriat, ni d'héritage familial. Leur parcours universitaire et/ou l'expérience professionnelle, l'appui moral du mari sont leurs ressources professionnelles et culturelles principales. Une forte implication dans leur travail, la motivation personnelle et en fin la capacité d'innovation caractérisent aussi ce type de profils de femmes¹⁹.

3-1-2-1 L'aboutissement des études

Pour certaines professions (officines en pharmacie, cabinets d'études ou juridiques...), la création d'une entreprise, avec quelques salaires, est un aboutissement logique d'une fin de parcours d'études universitaires. La création s'effectue alors avec les économies personnelles et/ou l'aide de la famille. Le plus souvent, les milieux familiaux sont plutôt aisés (époux médecin, notaire, avocat...).

¹⁹ Ibid, P.118.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

3-1-2-2 La continuité du métier

Les femmes de ce groupe ont entre 40 et 50 ans et ont capitalisé plusieurs années d'expériences professionnelles. La création de leur entreprise s'inscrit dans le même secteur d'activités que leur métier antérieur.

Parmi elles, certaines ont un niveau d'instruction peu élevé et ont développé un parcours professionnel d'ouvrière en entreprise, dans un métier bien défini (exemple dans la couture). Après quelques années d'exercice dans leur métier, elles ont créé une entreprise dans le même secteur professionnel (exemple de conception et vente d'habits traditionnels).

3-1-3 Une logique issue d'un contexte de rupture professionnelle

Les femmes sont poussées à la création d'entreprise par des nécessités économiques fortes, ou par l'attrait d'une nouvelle activité professionnelle. Elles développent des idées de produits ou de services nouveaux, qui parallèlement participent aux transformations actuelles des modes de vie sociaux et professionnels des femmes en Algérie²⁰.

3-1-3-1 L'auto-emploi

Création de son propre emploi par la création d'entreprise pour remédier à la situation de chômage, les ressources sont diverses et mobilisées pour répondre à de fortes exigences économiques ou sociales. Cette logique se retrouve fortement dans une région de Kabylie caractérisée par un fort développement de l'entrepreneuriat féminin. Les époux travaillent dans d'autres régions (hydrocarbures, commerce à Oran) ou sont au chômage, en retraite ou décédés. Les femmes avec très peu d'argent et d'instruction, investissent alors largement dans divers et nouveaux secteurs économiques : artisanat, restauration, confection d'habits, transport, garderie et crèches, téléphones, cybercafés... Ces femmes tentent de profiter d'une conjoncture économique leur permettant de créer et de développer leurs propres activités. Elles n'hésitent pas à prendre des risques, à s'investir dans des activités de micro-entreprises (formelles et informelles). Un autre exemple dans le secteur de l'alimentation traditionnelle est parlant. Suite au chômage (du mari), des femmes au foyer relativement âgées (autour de 50 ans), qui n'ont pas fait d'études, développent l'idée originale de vendre des aliments traditionnels. A travers cette activité traditionnelle féminine exercée à leur domicile, elles rendent service aux femmes qui travaillent et n'ont plus le temps de préparer tous les repas selon un mode traditionnel, et elles proposent des produits de grande qualité. Ces femmes chefs d'entreprise ont essentiellement comme clientes d'autres femmes, et exercent dans un lieu limité localement. Ceci facilite la gestion des rapports sociaux, et notamment la question de l'accès à la femme à une sphère publique.

²⁰ Ibid, P.119.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

3-1-3-2 L'activité complémentaire à l'emploi principal

Il arrive parfois que certaines femmes (d'âge moyen, autour de 45 ans) développent une nouvelle activité (par exemple commerciale), complémentaire à leur activité principale (qualifiée, par exemple dans l'enseignement). Elles ont une idée originale sur un produit et bénéficient de ressources familiales pour la développer (soutien moral du mari, employé pour la garde des enfants, association de la fratrie aux activités professionnelles). Les milieux familiaux et sociaux d'appartenance sont plutôt aisés (père, époux médecins...). Cette création d'entreprise peut être à moyen terme une source de transition professionnelle²¹.

3-2 Les difficultés et obstacles entravant le développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Que ce soit à l'origine de la création ou au cours du développement des activités, en plus des problèmes généraux posés aux hommes, les discriminations existantes à leur égard et les modes de vie font que les femmes vivent plus difficilement les problèmes.²²

3-2-1 Les difficultés autour des rôles traditionnels de la femme

Des obstacles socioculturels, des stéréotypes sur les rôles traditionnels des femmes dans la famille et dans la société rendent difficile l'entrepreneuriat féminin. De plus, l'environnement administratif est souvent peu facilitateur. Des difficultés d'accès au crédit se posent plus lourdement pour les femmes qui ne s'inscrivent pas dans les réseaux informels-lieux privilégiés de négociation et de prise des décisions. Leur place peu développée dans la sphère publique des relations sociales (contrairement aux hommes) est souvent une limite à leurs activités professionnelles. Un certain manque de formation au monde des affaires représente une difficulté supplémentaire. Une faiblesse de la culture entrepreneuriale renforce chez certaines femmes leur manque de confiance en elle (s), la peur de prendre des risques économiques et des risques personnels et sociaux (par rapport à l'assurance de leurs charges familiales, à l'intégration de leurs représentations sociales des rôles de la femme...). De plus, dans le monde du travail, face au « crédit masculin » accordé souvent aux hommes, les femmes ont sans cesse à faire leurs « preuves féminines » et à imposer leur place. Elles intègrent et envisagent même cette « réalité » comme un élément moteur dans la mesure où elles se considèrent comme « n'ayant pas le droit à l'erreur », et déploient en conséquence des compétences professionnelles importantes. Les relations de travail quotidiennes avec les hommes s'inscrivent dans les rapports sociaux devant dépasser l'axe culturel et traditionnel de domination sociale de l'homme sur la femme. Les femmes construisent alors des relations interpersonnelles ou elles adoptent une manière spécifique – psychologique et stratégique – de donner des ordres aux collègues masculins qu'elles emploient. En fonction de l'appui masculin (entreprise familiale par exemple) dont dispose la femme et selon l'âge, en fonction

²¹ Ibid, P.120.

²² Ibid, P. 121.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

les caractéristiques des hommes employés, le mode de relation « employeur – employé » ou la femme dirige et assume une autorité hiérarchique, est plus ou moins facile à construire. Au final, soit les hommes acceptent et supportent d’être dirigés par elle’ soit ils quittent l’entreprise.

3-2-2 Les difficultés autour de l’articulation entre vie professionnelle et vie familiale

De lourdes responsabilités et des charges familiales rendent difficile l’entrepreneuriat féminin. Ces femmes assurent une multiplicité de rôles : chef d’entreprise, épouse et mère de famille, nécessitant, pour mener de front les diverses activités, une articulation et un équilibre à trouver entre la sphère du travail et la sphère domestique. A un certain stade de développement de leur entreprise et de leurs activités, les femmes chefs d’entreprise sont obligées de trouver des solutions alternatives pour gérer leur temps : employée à domicile, aides familiales diverses, aide du mari (cas rare). Le célibat (surtout chez les jeunes femmes aux suite aux divorces pour les femmes plus âgées) est peu présent. Généralement, ces femmes souhaitent avoir à la fois une vie professionnelle prenante et une vie familiale épanouie en adéquation avec les valeurs familiales traditionnelles. Les relations homme/femme au sein du couple évoluent très souvent suite aux activités professionnelles de la femme. L’impact du travail salarié féminin sur la vie familiale avait été étudié chez les femmes algériennes employées mariées. Un des effets observés de l’activité salariée des employées était d’accroître leurs marges de manœuvre et leurs possibilités de décider dans le cadre conjugal et familial (avec la belle-famille). Nous confirmons ces résultats dans notre recherche sur les femmes chefs d’entreprise. Or, sans imposer les décisions à l’époux, la femme chefs d’entreprise se situe le plus souvent « dans une situation équilibrée et négociée, mais pas égalitaire » et elle souligne aussi qu’ « il faut savoir rester à sa place ». Toutes les avancées vers une place plus affirmée et indépendante de la femme se situent donc aussi dans ces relations intimes au sein du couple et de la famille, qu’une observation sociologique affinée permet d’analyser. Soulignons que toutes les femmes travaillant ne font pas fortement évoluer les représentations sociales sur leurs rôles sexuels, ni les pratiques de répartition des activités liées à la famille (sphère privée) et à l’espace public²³.

3-2-3 Les difficultés liées aux compétences et aux ressources plus spécifiquement féminines

Une fois « installées », les femmes chefs d’entreprise sont souvent reconnues pour leur professionnalisme exemplaire. En plus de leurs compétences professionnelles, des qualités morales de conscience professionnelle, de sérieux, d’honnêteté, de droiture accompagnent leurs fortes implications dans leur travail. Une large part d’entre elles invente et innove à divers niveaux : types de produits et de services, exigences de qualité, procédures de fabrications, organisations du travail, modes de gestion... Elles éprouvent beaucoup de joies, d’intérêts à la création et à leur travail qui leur apportent une indépendance financière par

²³ Ibid, P.122.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

rapport au mari. Le travail leur procure un « statut social », à travers la reconnaissance de leur place dans la sphère économique et sociale. Ceci souligne un phénomène plus large en expansion, celui de la reconnaissance de la femme en Algérie, qui, certes, a toujours travaillé, mais sans être visible ou « mise en avant ». Aujourd'hui, et après des années extrêmement difficiles politiquement et socialement, les femmes deviennent plus visibles dans la sphère publique et économique. L'assise de leur entreprise nécessite souvent plus de temps que pour leurs collègues masculins, mais elles vivent et rivalisent sans complexe avec eux dans le développement de leurs activités professionnelles. Le fait que les femmes aient sans cesse à faire leurs preuves et à s'imposer pour exister, les amènent à développer un fort professionnalisme, une profonde motivation et une grande combativité. Dans leurs relations quotidiennes de travail avec les hommes, elles développent, pour éviter les problèmes de management, une façon spécifique de gérer les relations interpersonnelles et de s'adresser à eux (moins de directivité, plus de psychologie). Par ailleurs, en terme relationnel, le fait d'être une femme peut faciliter les relations commerciales, les relations de service avec les clients. Soulignons que ce pays de culture méditerranéenne accorde une large part à la séduction dans les relations sociales.

3-3 Indicateurs statistiques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Le nombre de femmes entrepreneures en Algérie reste relativement faible (9439 femmes, soit 3% du tissu économique algérien selon la banque mondiale en 2007), avec une majorité dans l'artisanat (2830 selon l'ANGEM). En effet, elles représentent 40% des entrepreneurs naissants en Algérie. Cependant, ces chiffres sont à relativiser car il semble difficile d'avoir des statistiques fiables sur les femmes chefs d'entreprise car la majorité est des prête-noms utilisés par leurs proches de l'autre sexe pour l'obtention du registre du commerce²⁴. Trois principales difficultés sont soulevées par les femmes entrepreneures en Algérie, d'abord la lenteur et la lourdeur des procédures administratives, ensuite les difficultés d'accès au marché et enfin, les difficultés à attirer ou trouver du personnel compétent.

3-3-1 Les secteurs d'activité des petites entreprises gérées par des femmes

Tableau n°12 : Secteurs d'activité des petites entreprises gérées par des femmes (2010)

Secteur d'activité des petites entreprises gérées par des femmes	Le nombre
Agriculture	1661
Artisanat	2830
Bâtiments et travaux publics	3

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

²⁴ ANGEM, cité par AFCM, « Guide d'appui au développement de l'entrepreneuriat féminin au Maghreb ». Etude n°23, 2010.P.10.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

D'après le tableau ci-dessus qui illustre les secteurs d'activités des petites entreprises gérées par des femmes en Algérie notamment, l'agriculture, l'artisanat et bâtiments et travaux publics. On remarque que les femmes sont très représentées dans le secteur d'artisanat avec un nombre de 2830, ensuite le secteur d'agriculture avec 1661 entreprises et enfin, le secteur BTP qui comporte juste 3 entreprises.

3-3-2 Répartition des personnes physiques selon le secteur et le genre

Tableau n°13 : Répartition des personnes physiques selon le secteur et le genre

Secteur/ Genre	Sexe		Total
	féminin	Masculin	
Industrie	8097	78410	86507
Construction	186	5706	5892
Commerce	39665	459676	499341
Service	42820	254234	297054
Total	90768	798026	888794

Source : ONS, Résultats définitifs de la première phase, série E : statistiques économiques N°69, 2011, P. 80.

La répartition des personnes physiques dans le secteur d'industrie montre que sur 86507, les personnes physiques représentées par des femmes sont de 8097.

Dans la construction, sur 5892, les femmes chefs d'entreprises sont de 186, le commerce, sur 499341, le nombre de personnes physiques dont le genre est féminin est de 39665, et enfin le service, sur 297054, les femmes chefs d'entreprise représentent 42820.

Pour terminer, on remarque que le secteur où les femmes chefs d'entreprise sont concentrées est le secteur tertiaire.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

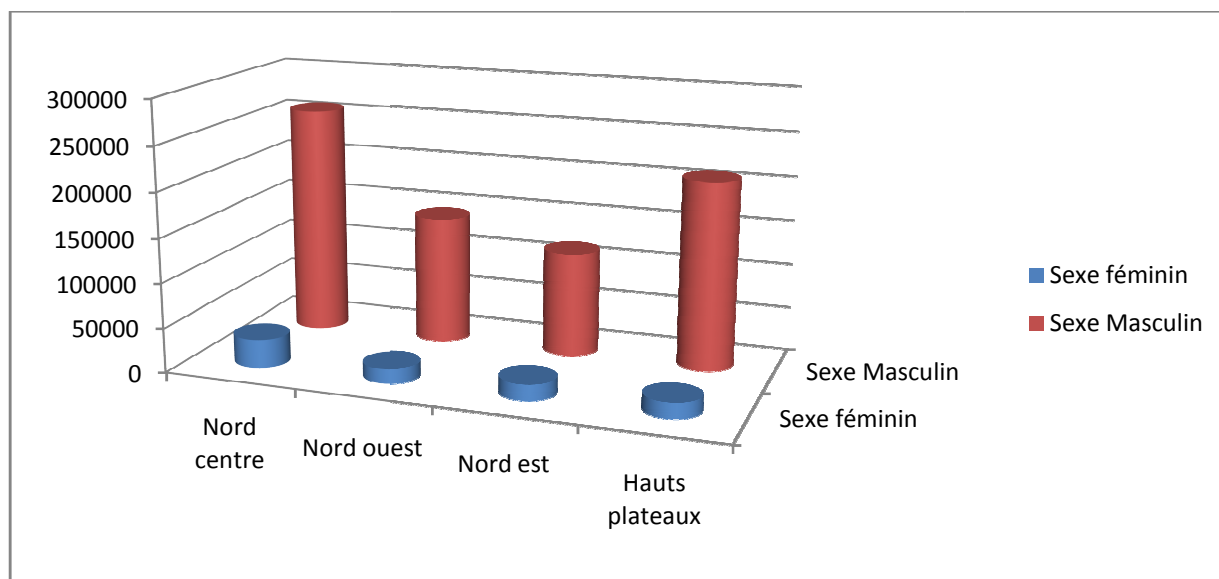


Figure n°03 : Répartition des personnes physiques selon le secteur et le genre

3-3-3 Répartition des personnes physiques par région et par genre

Tableau n°14 : Répartition des personnes physiques par région et par genre

Région	Sexe		Total
	féminin	Masculin	
Nord centre	32382	258588	290970
Nord ouest	16414	143559	159973
Nord est	17815	116745	134560
Hauts plateaux	17520	210045	227565
Grand sud	6637	69089	75726
Total	90768	798026	888794

Source : ONS, Résultats définitifs de la première phase, série E : statistiques économiques N°69, 2011, P. 80.

Le tableau nous montre que le nord centre est le plus dominant avec un total de 290970 dont 32382 femmes. Les hauts plateaux viennent en deuxième position avec un total de 227565 dont 17520 femmes, puis le nord ouest avec un total de 159973 et enfin en quatrième position le nord est avec un total de 134560 dont 17815 femmes. Cependant, le grand sud apparaît par la place la plus faible avec un total de 75726 dont 6637 femmes.

Ceci est lié à deux facteurs essentiels :

- La répartition démographique de la population algérienne sur le territoire où il y a une forte concentration de la population autour de la capitale, considérée comme le centre attractif par rapport aux autres régions.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

- L'approche centralisante et centralisée des investissements socio-économiques autour d'Alger.

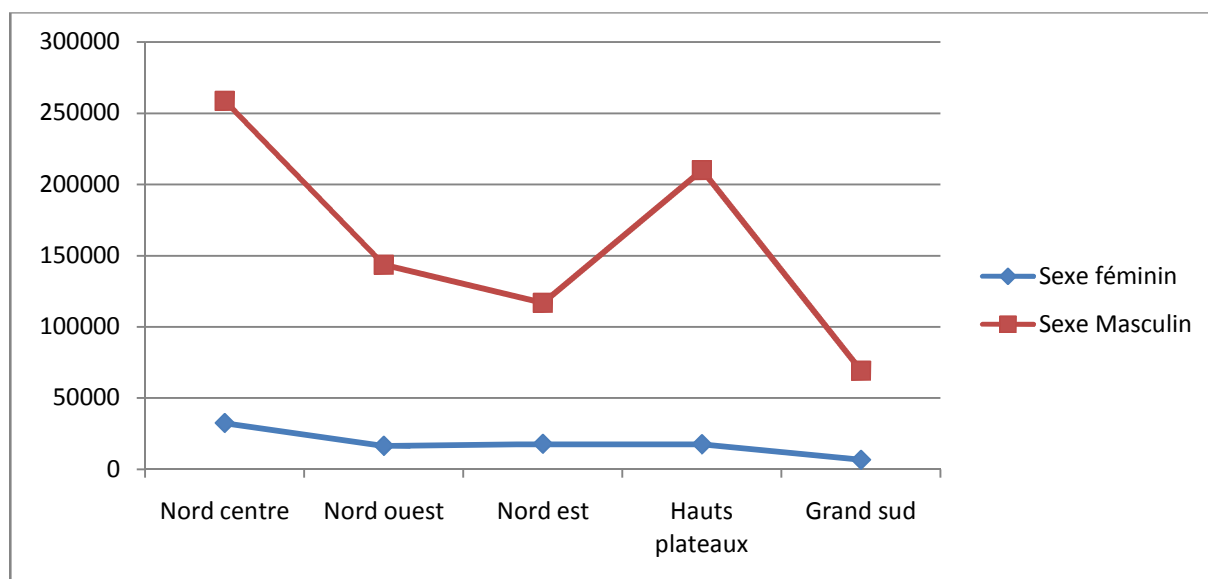


Figure n° 04: Répartition des personnes physiques par région et par genre

3-3-4 Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre

Tableau n°15 : Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre

Strate	Sexe		Total	%
	Féminin	Masculin		
Urbain	79360	665053	744413	83,75%
Rural	11408	132973	144381	16,25%
Total	90768	798026	888794	100%

Source : ONS, Résultats définitifs de la première phase, série E : statistiques économiques N°69, 2011, P. 78.

Sur 888794 personnes physiques, 798026 est du sexe masculin et 90768 sont des femmes, ce qui représente respectivement par 83,75% et 16,25%.

Sur le total des femmes, 79360 sont implantées en milieu urbain et 11408 en milieu rural, ce qui fait que la population féminine est plus élevée au milieu urbain.

CHAPITRE II : LA PLACE ET LE ROLE DE LA FEMME DANS LA CREATION DES ENTREPRISES

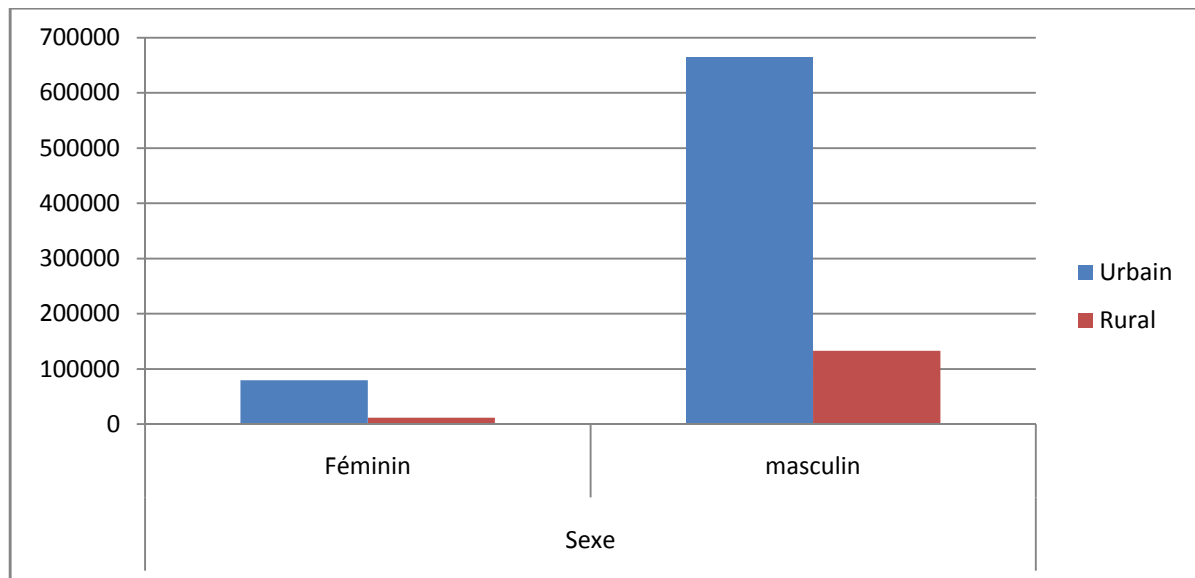


Figure n°05 : Répartition des personnes physiques selon la strate et le genre

Cette figure montre clairement les différences flagrantes entre les deux strates urbaine et rurale en faveur de la première. Ces différences sont aussi importantes pour les hommes que pour les femmes du moment que la ville est devenue le lieu privilégié de la création des entreprises.

CONCLUSION :

Comme conclusion, on peut dire qu'il existe plusieurs méthodes pour mesurer le poids économique et social de l'entrepreneuriat féminin, tant au niveau des individus qu'au niveau des entreprises. Quelque soit la méthode choisie, nous pouvons toujours dire que les femmes entrepreneures jouent un rôle économiquement très important par la création d'emplois pour elles-mêmes et pour d'autres. Certains chercheurs ont conclu que pour étudier l'entrepreneuriat féminin il faut le placer dans le contexte socioculturel de son pays.

En Algérie, la place de la femme est en pleine évolution, sa participation dans le développement économique et social évolue, malgré son environnement institutionnel et macro-économique qui est peu favorable qui rend difficile la création de l'entreprise, et qui nécessite alors de nombreuses ressources à la fois économiques, professionnelles, administratives, sociales et familiales pour y parvenir.

Cependant, même l'entrepreneuriat féminin représente une ressource économique très importante mais le nombre d'entreprises féminines créées reste encore minoritaire et encore peu de chercheurs s'y intéressent.

CHAPITRE III :
LA CREATION DES
ENTREPRISES EN
ALGERIE

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

INTRODUCTION

Il est question dans ce troisième chapitre d'aborder la place et l'importance de la PME dans la politique de développement économique en se situant historiquement selon les phases de rupture et de transformation de la société algérienne depuis l'indépendance.

L'intérêt primordial est de donner un aperçu sur l'évolution du processus de création des entreprises comme première section, la deuxième porte sur la répartition des entreprises sur le territoire algérien et en troisième section la PME dans la wilaya de Bejaia qui notre terrain d'étude.

SECTION 1 : EVOLUTION DU PROCESSUS DE CREATION DES ENTREPRISES

Dans cette section, nous tenterons dans un premier lieu de donner une image globale des PME en Algérie en exposant leur historique, les dispositifs d'aide à la création des entreprises et on termine par la définition et évolution de ces dernières.

1-1 Genèse et développement des PME en Algérie

La majorité des PME en Algérie sont nées à partir de la fin des années 1980. La PME avant cette date n'a joué qu'un rôle secondaire. Majoritairement, on peut distinguer trois phases de l'évolution de la PME depuis l'indépendance.

1-1-1 La phase (1962-1979) :

C'est la phase de socialisation des moyens de production qui a commencé à partir du plan triennal 1967-1969 dans le cadre d'une politique de rupture avec le système colonial et pour l'édification d'une économie nationale planifiée qui a pour colonne vertébrale une industrie lourde ou « industrie industrialisante » à travers la mise en place de pôles industriels et de grandes entreprises capables de créer des emplois et des richesses à grande échelle. Cette politique a été concrétisée en partie par les deux plans quadriennaux 70-73 et 74-77.

Par conséquent, on peut dire que la PME n'a pas sa place durant cette phase du moment que l'initiative privée était mise à l'écart (gelée) au profit d'une économie publique planifiée.

1-1-2 La phase (1980-1989), de relative ouverture :

Quant à cette phase, qui a connu deux plans quinquennaux 80-84 et 85-89, l'accent est plutôt mis sur l'ouverture de l'économie nationale au secteur privé et l'encouragement de la PME. D'ailleurs, ceci s'est concrétisé par la restructuration des grandes entreprises nationales

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

(1982) en centaines de petites et moyennes entreprises afin de faciliter leur gestion en adéquation avec le niveau des qualifications et des compétences des ressources humaines disponibles.

1-1-3 La phase 1993-jusqu'à ce jour :

Cette vague de reformes va aboutir à la promulgation d'un code d'investissement adopté par le décret législatif du 05 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement¹.

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

Il faut reconnaître dans cette démarche d'encouragement de l'esprit entrepreneurial que l'Etat est confronté à un grave problème de chômage dont le taux a atteint près de 30% en 2000 et touche particulièrement les jeunes, même les diplômés de l'enseignement supérieur. Et remédier à ce déséquilibre, les différents mécanismes mis en place par l'Etat avaient pour ambition la création de 2 millions d'emplois et de 100 000 PME à l'horizon de 2010².

1-2 Les dispositifs d'appui pour le développement des PME en Algérie :

Les dispositifs existants en Algérie pouvant avoir un rôle d'appui auprès des PME pour leur développement sont des structures d'aides, sous formes d'agences nationales chargées de l'exécution des politiques publiques d'assistance et de soutien à la création d'entreprises. On traite ici les dispositifs les plus importants mis en place par l'Etat pour promouvoir la PME, à savoir : (ANSEJ), (ANGEM), (ANDI), (CNAC).

1-2-1 Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) :

L'ANSEJ est une institution mis en œuvre par l'état et crée par le décret n°96-296 du 8-09-1996, en application des dispositions de l'article 16 de l'ordonnance n°96-14 du 24 juin 1996.elle est placée sous la tutelle du Ministère chargé du travail et de l'emploi. Elle est chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. Au niveau local, la mise en œuvre du dispositif est assurée par les antennes installées au niveau de chaque Wilaya. Les principaux fonds de dispositif sont le fond national de soutien à l'emploi de jeunes (FNSEJ), le fond de caution mutuelle de garantie risque/ crédit et les banques. Ce dernier a été créé pour conforter d'avantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des micros

¹ ASSALA, PME en Algérie, de la création à la mondialisation, 8eme CIFEPME, 2006.

² BENZOHRRA B. « Les structures d'accompagnement et d'appui pour les entrepreneurs : le cas de l'entrepreneuriat en Algérie ». Colloque international : entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement, 2005.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ. Il est doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Les adhérents de ce fond sont les banques ayant accordé des crédits pour la création de micro entreprises dans le cadre du dispositif ANSEJ et les jeunes promoteurs ayant opté pour la formule de financement triangulaire pour réaliser leurs projets.

La mise en place de l'ANSEJ est venue comme alternative aux deux dispositifs qui ont connu un échec et qui sont le dispositif d'insertion professionnelle (DIP) créé en 1990 et le programme d'emploi de jeunes (PEJ) mis en application en 1988. Ce dispositif avait pour but d'aider à la création d'entreprises rentables créatrices d'emplois.

1-2-2 Agence Nationale de Gestion du Micro-crédit (ANGEM) :

Le microcrédit été introduit par l'état à la fin des années 90 parallèlement à d'autres actions socio-économiques d'accompagnements de l'économie en transition. Mis en œuvre à l'origine par l'Agence de Développement Social (ADS), il été considéré comme un outil de traitement social de la pauvreté et de soutien aux petites activités économiques (auto-emploi, travail à domicile, activités artisanales et de services,...etc.).Ce volet crédit ayant connu quelques difficultés dans sa phase de démarrage dans le cadre du dispositif ADS, des modifications dans les méthodes d'intervention ont été opérées avec un transfert du portefeuille de l'ADS vers l'ANGEM.

L'ANGEM est créée par décret exécutif n°04-14 du 22 janvier 2004. Il est l'un des instruments de réalisation de la politique de l'Etat en matière de lutte contre le chômage et la précarité. Elle est dotée d'un fonds dénommé « Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédits » (F.G.M.M.C). ce dernier a pour mission de garantir le micro crédits accordés par les banques et les établissements financiers adhérents à ce fonds, aux promoteurs ayant obtenu une notification des aides de l'Agence.

1-2-3 Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) :

C'est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale. Deux régimes d'avantages sont prévus : le régime général s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones à développer et le régime dérogatoire s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat.

L'ANDI est présente dans toutes les Wilayas du pays à travers les « guichets uniques décentralisés ». Le guichet unique décentralisé est une structure qui regroupe les représentants locaux de l'ANDI et les organisations et administrations concernés par l'acte d'investissement (registre de commerce, impôts, douanes, fonciers,...). Le guichet unique a pour vocation

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

d'être l'interlocuteur unique du promoteur dans l'esprit d'alléger et de faciliter les formalités et procédures administratives relatives au projet d'investissement.

1-2-4 La Caisse Nationale d'Allocation Chômage (CNAC) :

A partir de 2004 et dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité, la CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique, par un appui financier aux chômeurs de 30 à 50 ans, en offrant plusieurs avantages, pour un montant d'investissement pouvant atteindre 10 millions de DA, la possibilité d'extension de la capacité de production des biens et des services pour les entrepreneurs déjà en activité. Concernant les risques de crédits, l'organisme accompagne les banques partenaires par un fonds de garantie couvrant 70% du montant du crédit accordé. Le dispositif inclut un système de bonification des taux d'intérêts, la réduction des droits de douanes, des exonérations fiscales et dans le souci de préserver les nouvelles TPE un service d'accompagnement et de formation des dirigeants-chômeurs est assuré par les équipes conseillères de la Caisse.

1-3 Définition et classification des PME en Algérie

La définition de la PME est variable d'un pays à l'autre. En Algérie la définition retenue est celle de l'union européenne adopté en 1996, et qui repose sur trois critères, l'effectif, le chiffre d'affaire et le bilan annuel et l'indépendance.

La loi n°01-18 du 12 décembre 2001, dans son article 4 définit la PME comme « une entreprise de la production des biens ou/ et services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 02 milliards de dinars ou dans le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars et qui respecte les critères d'indépendances ».

Les articles 5,6 et 7 de la même loi subdivisent la PME en trois catégories présentées dans le tableau suivant :

Tableau n°16 : classification des PME en Algérie

Entreprise/critère	Effectifs	Chiffre d'affaire (DA)	Bilan annuel (DA)
Moyenne	50 à 250	200 millions à 2 milliards	100 à 500 millions
Petite	10 à 49	< à 200 millions	< à 100 millions
Très petite ou micro entreprise	1 à 9	< à 20 millions	< à 10 millions

Source : actes des assises nationales de la PME, 2004, P32, cité par ADJOUT Samir, op.cit., P85

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

1-4 Evolution du secteur des PME

La récession économique des années 80 due essentiellement à la chute des prix du pétrole et la montée de la contestation sociale, ont poussé les pouvoirs publics algériens à se lancer dans un long processus de réformes économiques, visant à libéraliser l'économie du pays, en se tournant davantage au secteur privé, jusque -là marginalisé au profit des grandes entreprises publiques. Des réformes amorcées en 1989 et qui ont donné à la PME et à l'initiative privée une place importante dans le développement et la modernisation économique.

1-4-1 Evolution quantitative

Au cours de ces dernières années le nombre des PME s'est traduit par une augmentation importante. Le tableau suivant permet de chiffrer l'évolution de cette entité, qui constitue la forme d'organisation d'entreprise la plus répandue au monde, aussi bien dans les économies développées, émergentes ou en voie de développement.

Tableau n°17 : Evolution du nombre des PME privées (2004-2011)

Année	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Nombre PME Privées	225449	245842	269806	293346	392013	408155	618515	658737

Source: Bulletins d'information annuels du ministère de la PME.

En 2001, les pouvoirs publics ont renforcé les dispositions relatives au développement des investissements productifs par une nouvelle loi d'orientation sur la PME, visant la promotion de l'entrepreneuriat (adoptée en mois de décembre). Ainsi le nombre des PME a considérablement accru pour atteindre 245 842 PME en 2005, soit une évolution de 9% par rapport à 2004, pour passer à 658737 PME en fin 2011.

1-4-2 Mouvement des PME (2004-2009)

Tableau n°18 : Mouvement des PME (2004-2009)

Mouvement	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Création	18987	21018	24352	24835	27950	30541
Réactivation	1920	2863	2702	2481	2966	/
Radiation	3407	3488	3090	3176	3475	/

Source: Etabli à partir des bulletins d'information annuels du ministère de la PME.

Le tableau ci-dessus montre que le nombre de PME créée chaque année durant la période 2004-2009, a connu une croissance continue, surtout la PME privée avec un nombre de créations le plus important en passant de 18 987 créations en 2004 à 30 541 en 2009, soit une évolution de 60,85%. Environ 54% des PME ont été créés durant les années 2001-2008, soit 212 120 unités. Des créations auxquelles il convient de rajouter les entreprises réactivées.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

L'année 2009 avec ses 30 541 PME créées est considérée comme l'année ayant enregistré le plus grand nombre de créations d'entreprises, soit un taux d'évolution de l'ordre de 30% par rapport à la moyenne des créations.

1-4-3 Evolution du nombre de PME et évolution du PIB hors hydrocarbures et hors agriculture (PIB H.H et H.A)

Tableau n°19 : Evolution du nombre de PME et du PIB

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
PIB H.H et Hors agriculture	100	108	113	119	127	133	144	155	166	177
PME	100	105	116	125	137	150	163	179	192	205

Source : Données de l'enquête GEM, 2011, calculé à partir des comptes économiques 2000-2010. P. 23

Nous comparons l'évolution du nombre de PME à celle du PIB en dehors du secteur des hydrocarbures et celui de l'agriculture, car ces secteurs sont particuliers et ne sont pas concernés statistiquement par les PME. On relève quand même un léger décalage entre les deux évolutions, celle du nombre de PME et celle la richesse créée. Les nouvelles PME créées ne contribuent pas de la même façon à la croissance du PIB.

1-4-4 La diminution des PME du secteur public

Tableau n°20 : répartition des types de PME

	2003	2010	Evolution
PME privées	207 949	369 319	77,6
PME publiques	788	557	-29,3
Artisanats	79 850	249 196	212
Total	288 587	619 072	114,5

Source : Données de l'enquête de GEM, 2011, P. 25.

Le nombre de PME relevant du secteur public a beaucoup diminué entre 2003 et 2010, en raison de la fermeture ou de la liquidation d'un certain nombre d'entre elles et de la privatisation ou de la cession d'autres. En sept ans, le nombre de ces PME a baissé de 30% ; en revanche, celui des PME privées a connu une croissance de 77,6%.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

1-4-5 Structure des effectifs de PME par taille en %

Tableau n°21 : Structure des effectifs de PME par taille en %

Taille	2001	2010
De 1 à 09	94,64	95,34
De 10 à 49	4,65	4,12
De 50 à 250	0,71	0,54
Total	100	100

Source : Données de l'enquête de GEM, 2011, P. 32.

Comme dans la plupart des économies modernes, les PME de petite taille (moins de 10 salariés) représentent en 2010 plus de 95% des PME. Cette part a légèrement augmenté par rapport à 2001. Ce qui signifie que les nouvelles créations ont été concentrées dans le groupe des très petites entreprises (TPE).

1-4-6 Evolution des PME par secteur d'activité

Tableau n°22 : Evolution des PME par secteur

	2009	2010		Evolution
	Nombre	Nombre	%	%
Agriculture	3 642	3 806	1,03	4,5
Hydrocarbures, énergie, mines et services liés	1 775	1 870	0,51	5,4
BTPH	122 238	129 762	35,14	6,2
Industries manufacturières	58 803	61 228	16,58	4,1
Services	159 444	172 653	46,75	8,3
Total	345 902	369 319	100	6,8

Source : Données de l'enquête de GEM, 2011, P. 27.

Par grands groupes de secteurs d'activité, les PME s'orientent, principalement, vers les secteurs des services (46,75%) et le secteur des bâtiments et travaux publics (BTP) avec 35,14%. Les industries manufacturières totalisent 61 228 PME représentant presque 17% du total. Malgré une politique d'encouragement à l'investissement dans les secteurs industriels, menée depuis plusieurs années par les pouvoirs publics, les PME sont créées, principalement, dans le secteur des services. Autrement dit, l'économie algérienne s'est de plus en plus tertiaisée sans qu'il y ait auparavant un développement conséquent des secteurs primaire et secondaire.

Par ailleurs, le développement des secteurs tertiaire et du B.T.P est un indicateur important de la désintégration de l'agriculture et de la ruralité au profit des centres urbains et des villes.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

1-4-7 Répartition des PME par section et années de création

Tableau n°23 : Répartition des PME par section et années de création

Section	Année de création				total
	Avant 1980	De 1980 à 1989	De 1990 à 1999	De 2000 à 2011	
Industries extractives	84	70	269	680	1103
Industrie manufacturière	2 549	4 151	14 635	71 001	92336
Production et distribution d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionne	124	99	94	292	609
Production et distribution d'eau ; assainissement, gestion des déchets et dépollution	53	142	175	1 027	1 397
Construction	342	572	1 942	6 261	9 117
Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles	10 573	19 299	87 886	393 942	511 700
Transports et entreposage	1 985	3 628	15 985	61 230	82 828
Hébergement et restauration	1 216	2 534	10 799	46 591	61 140
Information et communication	208	315	2 935	31 487	34 945
Activités financières et d'assurance	481	832	834	1 881	4 028
Activités immobilières	53	111	597	3 204	3 965
Activités spécialisées, scientifiques et techniques	551	1 390	6 105	22 738	30 784
Activités de services administratifs et de soutien	113	217	809	6 625	7 764
Enseignement	127	522	863	4 151	5 663
Sante humaine et action sociale	448	2427	4 488	10 665	18 028
Arts, spectacles et activités récréatives	288	241	660	4 906	6 035
Autres activités de services	1 320	2 498	9 645	49 345	62 808
Total	20 455	39 048	158 721	716 026	934 250

Source : ONS, Résultats définitifs de la première phase, série E : statistiques économiques N°69, 2011, P. 49.

D'après le tableau précédent, on remarque que, au cours de la période (1980-2011) le nombre de PME a connu une croissance importante. Cette croissance a été très diversifiée, puisque les différentes sections du tableau n'ont pas enregistré le même taux de croissance.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

Les sections qui viennent en tête, le commerce et réparation d'automobiles et de motocycles, avec un total de 511 700 entités, dont 393 942 enregistrées durant la période (2000-2011).

SECTION 2 : REPARTITION DES ENTREPRISES SUR LE TERRITOIRE ALGERIEN

2-1 Répartition des entités économiques par région

Tableau n°24 : Répartition des entités économiques par région

Région	Nombre d'entités
Nord centre	309 830
Nord ouest	166 632
Nord est	141 090
Hauts plateaux	236 515
Sud	80 183
Total	934 250

Source : ONS, Résultats définitifs de la première phase, série E : statistiques économiques N°69, 2011, P. 21.

La répartition régionale indique que 617 552 entités économiques sont concentrées au niveau de la région nord du pays, soit deux tiers de l'ensemble des entités économiques.

Avec 309 830 entités économiques, la région **Nord Centre** qui compte dix (10) wilayas sur les 48 est la plus peuplée par les entités (33,2%), soit un tiers. Deux grandes activités sont dominantes : le commerce qui représente 53,3% et les services avec près de 35%.

Globalement, le secteur tertiaire dans la région nord compte environ 273 357 entités.

A elle seule, la wilaya d'Alger compte environ 97 019 entités économiques dont 56,3% activent dans le secteur commercial. La wilaya de Tizi ouzou vient en seconde position avec 37276 entités économiques, suivi par la wilaya de Bejaia qui compte 31 197 entités économiques.

La région **Nord Ouest** dont le nombre de wilayas est de sept(07), compte 166 632 entités, plus de 89% se trouve dans le secteur tertiaire et 9,9% dans l'industrie. La wilaya d'Oran compte 52 852 entités économiques suivie par les wilayas Tlemcen et Mascara avec respectivement 30 086 et 20 975 entités économiques.

Quelques 141 090 entités économiques ont été recensées dans la région **Nord Est** qui compte huit (08) wilayas, plus de 88% des entités de cette région du pays exercent leurs activités dans le secteur tertiaire. La wilaya de Constantine comptabilise 25 729 entités, suivie par la wilaya de Skikda avec 21 701 entités et la wilaya de Mila avec 21 334.

La région des **Hauts Plateaux** qui est composée de quatorze (14) wilayas compte 236 515 entités économiques. La structure sectorielle des activités au niveau de cette région

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

est quasi identique à celle des autres régions avec 89,6% de l'activité, concentrée au niveau du secteur tertiaire.

C'est la wilaya de Sétif qui contient le plus grand nombre d'entités économiques (47 392) suivie par la wilaya de Batna (30 388) et la wilaya de M'sila (23 266). Ces trois wilayas forment à elles seules près de 43% du tissu économique de la région des Hauts Plateaux. La wilaya d'El Bayadh ne compte que 4 819 entités économiques.

Enfin, environ 80 183 entités économiques ont été recensées dans la région **Sud** qui est composée de neuf (09) wilaya. La wilaya de Biskra compte 19 469 entités suivie par la wilaya de Ouargla avec 14 396 entités et la wilaya d'El Oued avec 13 617 entités. Ces trois wilayas se taillent la part de 59,2% de l'ensemble des entités de la région Sud. La wilaya d'Illizi compte environ 1432 entités économiques.

Pour résumer, il y'a lieu de noter la forte concentration des entités économiques au niveau de certaines wilayas. En effet, 13 wilaya sur les 48 regroupent environ 50,8% des entités économiques soit par ordre décroissant : Alger, Oran, Sétif, Tizi ousou, Bejaia, Batna, Tlemcen, Blida, Chlef, Constantine, M'sila, Bordj Bou Arreridj, Skikda. En ajoutant seulement (08) wilayas (Mila, Djelfa, Mascara, Boumerdes, Annaba, Biskra, Oum El Bouaghi et Ain Defla), ce taux passe à près de 70%³.

2-2 La distribution des PME par wilaya

Selon la distribution des PME par wilaya, on constate qu'en 2010, les wilayas totalisent plus de 10 000 PME sont au nombre de neuf sur les 48 que compte le pays, soit 18,7 des wilayas regroupant presque 45% des PME. Pour ce niveau d'importance du tissu économique, le centre du pays regroupe 7 wilayas, autour de la capitale, auxquelles il faut adjoindre la principale wilaya de l'est (Constantine) et la principale wilaya de l'ouest (Oran).

Tableau n°25 : Distribution des PME par wilaya (plus de 10 000 PME)

Wilaya	Nombre	Part en %
Alger	43 265	11,71
Tizi ousou	21 481	5,82
Oran	17 323	4,69
Bejaia	16 695	4,52
Sétif	16 096	4,36
Tipaza	14 434	3,91
Boumerdes	12 955	3,51
Blida	12 059	3,27
Constantine	11 781	3,19

Source : Données de l'enquête de GEM, 2011, P. 32.

Quant aux wilayas les plus démunies, celles qui abritent moins de 3 000 PME, elles sont au nombre de 7, soit 14,6% du total et abritent 3,6% des PME du pays.

³ ONS, Résultats définitifs de la première phase, série E : statistiques économiques N°69, 2011, P. 21-22.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

Tableau n°26 : Distribution des PME par wilaya (moins de 3 000 PME)

Wilaya	Nombre	Part en %
Tissemsilt	2 512	0,68
Naama	2 140	0,58
Saida	2 117	0,57
Tamanrasset	2 040	0,55
El Bayadh	2 020	0,55
Illizi	1 237	0,33
Tindouf	1 161	0,31

Source : Données de l'enquête de GEM, 2011, P. 33.

Il faut noter que le plus grand nombre de wilayas (21), soit 43,8% du total, celles qui attirent entre 5 et 10 000 PME, abritent 40% des PME du pays et constitue le groupe le plus important de wilaya.

2-3 Répartition des PME par groupe de wilayas

Tableau n°27 : Répartition des PME par groupe de wilayas

Nombre de PME par wilaya	Nombre de wilaya	Wilaya en %	PME en %
Plus de 20 000	2	4,17	17,53
Entre 10 000 et 20 000	7	14,58	27,44
Entre 5 000 et 10 000	21	43,75	39,07
Entre 3 000 et 5 000	11	22,92	12,38
Moins de 3 000	7	14,58	3,58
Total des wilayas	48	100	100

Source : Données de l'enquête de GEM, 2011, P. 34.

Cette répartition des PME montre qu'il y a une forte concentration du tissu économique entre les principales wilayas du centre du pays et quelques grandes wilayas de l'est et l'ouest du pays. Deux wilayas, Alger et Tizi ousou, regroupent 17,5% des PME du pays et 7 wilayas suivantes abritent 27,4% des PME. Mais comme il est souligné, le plus grand groupe est constitué de 21 wilayas (43,8% du total) abritant entre 5 000 et 10 000 PME, totalisant presque 40% des PME du pays. Par contre au bas du classement, 7 wilayas du sud du pays n'abritent que 3,6% des PME.

2-4 La concentration selon la population

Quand on procède à la distribution des PME par wilaya, selon la population, on obtient un ordre différent. Les wilayas qui apparemment, attirent peu de PME, notamment celles du sud du pays, sont en réalité de vastes territoires où la densité humaine est très faible. Le calcul du taux d'entrepreneuriat, qui est le nombre de PME pour 1 000 habitants par wilaya, révèle un classement étonnant.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

Tableau n°28 : Nombre de PME pour 1 000 habitants selon les wilayas par ordre décroissant

Clas.	Wilaya	Taux	Clas.	Wilaya	Taux	Clas.	Wilaya	Taux
1	Tindouf	33,6	17	Tamenrasset	11,2	33	Adrar	8
2	Illizi	27,1	18	Ain Temouchent	10,9	34	Batna	7,9
3	Tipaza	24,3	19	Ouargla	10,5	35	Tissemsilt	7,9
4	Bechar	17,6	20	Sidi Bel Abbas	10,4	36	Mostaganem	7,8
5	Boumerdes	17,1	21	Sétif	10,3	37	Mascara	7,6
6	Ghardaia	16,9	22	Jijel	10	38	Ain defla	7,6
7	Tizi ousou	16,9	23	Bouira	9,9	39	Tlemcen	7,6
8	Bejaia	16,8	24	Souk ahras	9,7	40	M'sila	7,5
9	Annaba	14,8	25	El bayadh	9,5	41	Relizane	7,2
10	Alger	14,5	26	Chlef	9,2	42	Biskra	6,8
11	Naama	14	27	Laghouat	9,1	43	El oued	6,6
12	Blida	13	28	Skikda	9	44	Oum EL Bouaghi	6,5
13	Constantine	12,4	29	Guelma	8,8	45	Tiaret	6,4
14	Khenchla	12,1	30	Tebessa	8,3	46	Saida	6,4
15	Oran	12	31	El taref	8,1	47	Medea	6,1
16	B.B.Arreridj	11,3	32	Mila	8,1	48	Djelfa	5,4

Source : Données de l'enquête de GEM, 2011, P. 36.

Plusieurs wilayas sortent du lot du point de vue du taux d'entrepreneuriat. Les trois premières wilayas qui se classent en tête sont du sud du pays et dont on parle rarement en matière d'entrepreneuriat (Tindouf, Illizi, Bechar). Les wilayas du nord occupant les premières places sont Tipaza (3^{ème}) et Boumerdes (5^{ème}), voisines d'Alger, qui est classée 10^{ème}. Ghardaïa, une wilaya connue pour son dynamisme économique se classe 6^{ème}. Par contre, Tlemcen, wilaya réputée dynamique se classe 39^{ème}. On dénombre moins d'une vingtaine de wilayas ayant un taux supérieur à la moyenne nationale qui est de 10,6%.

2-5 Les mouvements des PME

2-5-1 les nouvelles créations

La dynamique des créations est différente d'une wilaya à une autre. A l'échelle nationale, le taux de création en 2010 a été de 8,1%, par rapport au stock existant à la fin de 2009. Les wilayas qui ont le taux le plus élevé ne sont pas celles qui disposent d'un taux d'entrepreneuriat élevé, à l'exception de Tipaza qui se trouve en tête aussi dans ce classement.

2-5-2 Les radiations

Le mouvement des radiations, en 2010, n'est pas très important puisqu'il concerne 2,3% des PME existantes en 2009. Mais ce taux est, également, très variable d'une wilaya à une autre. Il ya une seule wilaya (Saida) dont le taux de radiation est supérieur à 10% et a

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

atteint 34% en 2010. Il doit s'agir d'une situation exceptionnelle ou d'un assainissement des dossiers administratifs accumulés depuis plusieurs années. Il n'ya que quatre wilayas dont le taux de radiation est supérieur à 5%.

2-5-3 Les réactivations

Le taux de réactivation concerne un nombre très faible. Le taux national est inférieur à 1% du nombre de PME existantes en 2009. Mais on compte de wilaya ayant un taux supérieur à 1%⁴.

SECTION 3 : LA PME DANS LA WILAYA DE BEJAIA

3-1 La place de la PME dans la région de Bejaia

La création de la TPE/PME occupe une position de premier plan dans le processus de développement de la wilaya de Bejaia. Ce qui explique un phénomène démographique important dépassant la barre de 18 900 entreprises en 2014. Ces entreprises se distinguent dans tous les secteurs d'activités.

Selon la direction de l'industrie de la wilaya, Bejaia occupe la troisième place au niveau national après Alger et Tizi-Ouzou par le nombre de PME créées annuellement.

3-1-1 Mouvements des PME

Tableau n°29 : Répartition des PME par type et emploi

	31/12/2013	31/12/2014
Nbre de PME Publique	41	41
Emplois	2 464	2 464
Nbre de PME Privé	17 164	18 929
Emplois	50 718	53 151

Source : Données de la direction des PME de la wilaya de Bejaia, 2014.

Le nombre de PME relevant du secteur public reste constant entre 2013 et 2014, et qui reste très faible par rapport au secteur public, soit 41 entités avec 2 464 emplois, en revanche, celui du secteur privé a connu une croissance passant de 17 164 PME en 2013 à 18 929 PME en 2014.

⁴ Abdou. A, Bouyacoub. A, Kherbachi. H, « L'entrepreneuriat en Algérie : données de l'enquête GEM 2011 », Alger, janvier, 2013. P. 36-38.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

Tableau n°30 : Mouvement des PME en 2013 et 2014

Année	2013	2014
Mouvement des PME		
Nombre de PME 1^{er} trimestre	15 000	18 540
Création	527	334
Radiation	16	07
Réactivation	57	62
Ecart	568	389
Nombre de PME 4eme trimestre	15 568	18 929

Source : Données de la direction des PME de la wilaya de Bejaia, 2014.

A la fin de 4eme trimestre 2013, le nombre des PME privées déclarées s'élèvent à 15 568 entités, le nombre de création est de 527 entités, le nombre de radiation est de 16, quand aux radiations le nombre est plus faible touchant 16 PME.

Le total des PME en fin de 2014 est de 18 929 entités dont le nombre de création est de 334 PME, les radiations est de 07 PME et le nombre de réactivations est de 62 PME d'où la croissance (écart) est de 389 PME.

3-1-2 Répartition des PME par secteur d'activités

Tableau n°31 : Les secteurs d'activités dominants

N°	Secteurs d'activités	Nbre de PME	%	Emplois	%
01	Bâtiments et travaux publics	3 868	24,85%	14 082	29,33%
02	Commerces	3 096	19,89%	6 194	12,90%
03	Transport et communication	2 994	19,23%	4 646	9,68%
04	Service fournis aux ménages	1 136	7,30%	2 596	5,41%
05	Services fournis aux entreprises	1 105	7,10%	5 163	10,75%
06	Hôtellerie et restauration	730	4,69%	1 755	4,99%
07	Industrie du bois, liège, papier,	697	4,48%	2 395	3,65%
08	Industries agroalimentaires	551	3,54%	2 952	6,15%
09	Agriculture et pêche	355	2,28%	2 000	4,16%
10	ISMME	322	2,07%	1 556	3,24%
11		714	4,59%	4 681	9,75%
TOTAL		15 568	100	48 020	100

Source : Données de la direction des PME de la wilaya de Bejaia, 2013.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

Les PME privées sont représentées en force dans le secteur du BTPH (24,85 %) suivis en cela par le secteur du commerce (19,89%), en suite le transport et communication (19,23 %), les services (14,40 %) et Hôtellerie et restauration représente que 4,69%.

Tableau n°32 : Répartition des PME et l'emploi par secteur d'activités

N°	Secteurs d'activités	Nombre d'entreprise	%	Emplois	%
01	Agriculture et pêche	407	2,15%	2 062	3,88%
02	Eaux et énergie	3	0,02%	22	0,04%
03	Hydrocarbures	0	0%	0	0%
04	Services et travaux publics pétroliers	0	0%	0	0%
05	Mines et carrières	29	0,15%	459	0,86%
06	I.S.M.M.E	404	2,13%	1 780	3,35%
07	Matériaux de construction, céramique	293	1,55%	1 603	3,02%
08	Bâtiments et travaux publics	4511	23,83%	15 057	28,33%
09	Chimie, caoutchoucs, plastique	129	0,68%	705	1,33%
10	Industries agroalimentaires	644	3,40%	3 066	5,77%
11	Industrie Textile, bonneterie, confection	199	1,05%	417	0,78%
12	Industries des cuirs et chaussures	5	0,03%	10	0,02%
13	Industrie du bois, liège, papier,	874	4,62%	1 888	3,55%
14	Industries diverses	33	0,17%	48	0,09%
15	Transport et communication	3576	18,89%	5 031	9,47%
16	Commerces	3686	19,47%	6 806	12,81%
17	Hôtellerie et restauration	828	4,37%	2 549	4,80%
18	Services fournis aux entreprises	1628	8,60%	7 216	13,58%
19	Service fournis aux ménages	1487	7,86%	2 910	5,47%
20	Établissements financiers	45	0,24%	382	0,72%
21	Affaires immobilières	96	0,51%	522	0,98%
22	Services pour collectivités	52	0,27%	618	1,16%
T O T A L		18 929	100	53 151	100

Source : Données de la direction des PME de la wilaya de Bejaia, 2014.

A la fin de l'année 2014, le total de PME est de 18 929 avec une création d'emploi de 53 151. Le secteur le plus dominant est celui des BTP qui enregistre 23,83% du total, soit 4 511 entités, le commerce avec un taux de 19,47% soit 3 686 et ensuite le secteur de transport et communication avec un taux de 18,89.

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

3-1-3 La répartition spatiale des PME

Tableau n°33 : Répartition spatiale des PME des 05 premières communes de Bejaia

	Commune	Nbre des PME	%
01	Bejaia	6 246	33
02	Akbou	1 736	9,17
03	Tazmalt	750	3,96
04	Elkseur	732	3,88
05	Kherata	548	2,89

Source : Données de la direction des PME de la wilaya de Bejaia, 2014.

Le tableau précédent indique que la commune de Bejaia est en premier lieu avec un nombre de 6 246 PME, soit 33% du total, passant à la commune d'Akbou en 2eme position avec un taux de 9,17%, Tazmalt, Elkseur, Kherata avec des taux respectivement de 3,96%, 3,88% et 2,89%.

3-1-4 Evolution des PME durant les 05 dernières années

Tableau n°34 : Evolution des PME durant les 05 dernières années

Année	2010	2011	2012	2013	2014
Nbre de PME	12 674	13 433	15 000	17 164	18 929
Nbre d'Emploi	44 297	43 927	46 974	50 718	53 151

Source : Données de la direction des PME de la wilaya de Bejaia, 2014.

D'après ce tableau, on remarque que le nombre de PME implantées dans la wilaya de Bejaia a progressé de 12 674 en 2010 à 18929 entreprises en 2014 ce qui fait une augmentation de 6 255 entreprises qui ont créé 8 854 emplois. Mais il est à souligner que l'année 2013 a connu la plus importante augmentation avec 2 164 entreprises et 3 744 emplois créés.

CONCLUSION

Il est apparu que la répartition des PME sur le territoire national s'accorde avec la répartition démographique puisqu'il ya une concentration des PME dans la partie nord du pays et particulièrement autour des villes situées dans la bande côtière et les grandes villes dans les hauts plateaux que sont Constantine et Sétif. Par contre, la partie sud, qui représente près de 90% du territoire et qui est peu peuplée avec 10% de la population résidente algérienne, est peu investie en PME.

Par conséquent, Bejaia, qui est une wilaya côtière, se voit privilégiée en nombre de PME créées sur son territoire. Mais leur répartition par commune montre une concentration

CHAPITRE III : LA CREATION DES ENTREPRISES EN ALGERIE

très forte au niveau de la commune chef lieu de wilaya et la commune d'Akbou. Alors que les autres 50 communes sont moins investies.

Selon les secteurs, que se soit sur le plan national ou sur le plan de la wilaya de Bejaia, le secteur tertiaire ressort au premier rang avec le BTP et le commerce aux avants postes.

Concernant la contribution des femmes à la création des entreprises, les statistiques montrent qu'elle reste faible et n'a pas encore enclenché une évolution croissante malgré les potentialités existantes.

CHAPITRE IV :
ETAT DES LIEUX DE
L'ENTREPRENEURIAT
FEMININ DANS LA
REGION D'ETUDE ET
METHODOLOGIE
D'ENQUETE

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

INTRODUCTION

Ce chapitre a pour objectif de présenter l'entrepreneuriat féminin dans la région de Bejaia lieu de notre étude comme première section ainsi il devient nécessaire de présenter en deuxième section la méthodologie d'enquête tel que : l'échantillonnage, objectif de l'enquête, élaboration du questionnaire ainsi que le déroulement de l'enquête. Dans la troisième, on présentera les caractéristiques de l'échantillon d'étude.

SECTION 1 : L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE

Avant de traiter la problématique de l'entrepreneuriat féminin dans la région de Bejaia, qui constitue notre terrain d'étude, il est nécessaire de présenter cette dernière.

1-1 Présentation de la région d'étude

1-1-1 Géographie et population

La wilaya de Bejaia se situe au nord- centre- est de l'Algérie. Elle fait partie des 48 wilayas que compte le pays, elle est issue du découpage administratif de 1975, entourée de 05 Wilayas: Jijel à l'est, Sétif et Borj-Bou-Argeridj au sud, Bouira et Tizi-Ouzou à l'ouest, elle est limitée par la mer méditerranéenne au nord. Son chef lieu se distance d'Alger de près de 260 km. Elle est subdivisée en 52 communes regroupées en 19 daïras. Avec une population de 947 100 habitants fin 2013, elle occupe le sixième rang des wilayas les plus peuplées en Algérie. Elle s'étend sur une superficie de 3 223.50 Km² répartie comme suit :

- Superficie agricole utile: 129.648.00 Ha ;
- Superficie forestière : 122.421.00 Ha ;
- Terres improductives des exploitations : 3.187.00 Ha ;
- Terres non agricoles : 39. 744.00 Ha ;
- Pâturages et parcours : 31.126.00 Ha.

Sa topographie a conditionné dans une large mesure la répartition de sa population, la constitution de ses agglomérations et la concentration de l'activité humaine. Comme dans toute la Kabylie, la wilaya de Bejaia est à relief montagneux prononcé, (75% du territoire). Les zones montagneuses, notamment le massif des Babor au sud, le prolongement du Djurdjura à l'ouest et le massif d'Akfadou se rejoignent aux hauteurs d'El-Kseur et de Toudja, se dressent en parallèle de part et d'autre de l'oued Soummam. Ces deux grandes parties du territoire de la wilaya, classées zone difficiles, connaissent une densité de population très faible en comparaison avec la densité moyenne de la wilaya qui est de 297 hab/ Km². Par contre, les zones de plaines, longeant l'oued Soummam, connaissent une très forte densité et concentrent plus de la moitié de la population de wilaya. Ainsi, nous

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

comprendrons comment la topographie et le relief de la région influent sur concentration de l'activité humaine dans le couloir qui longe l'oued Soummam.

Tableau n°35 : Répartition de la population par sexe dans la wilaya de Bejaia par commune

COMMUNE	Superficie (km ²)	Population			
		TOTAL	%	FEMININ	MASCULIN
Bejaia	166,54	204 802	21,62	100 566	104 236
Amizour	213,18	77 274	8,16	37 799	39 475
Timezrit	38,09	26 829	2,83	12 819	14 010
Souk El tenine	127,02	35 134	3,71	17 241	17 893
Tichy	211,87	38 386	4,05	18 524	19 862
Ighil Ali	269,93	25 002	2,64	12 349	12 653
Darguina	140,67	43 661	4,61	21 373	22 288
Aokas	80,63	29 697	3,13	14 628	15 069
Adekar	363,10	25 018	2,64	12 443	12 575
Akbou	212,29	82 460	8,70	40 789	41 671
Seddouk	228,54	47 981	5,06	23 494	24 487
Tazmalt	176,65	50 724	5,35	25 133	25 591
Chemini	100,27	38 010	4,01	18 514	19 496
Barbacha	129,33	23 108	2,44	11 422	11 686
Ouzellaguen	61,40	23 578	2,49	11 560	12 018
Sidi Aich	81,69	41 343	4,36	19 938	21 405
El kseur	306,40	53 443	5,64	25 871	27 572
Kherrata	221,03	66 730	7,04	32 565	34 165
Beni Maouche	94,86	13 920	1,47	6 846	7 074
Total Wilaya	3 223,49	947 100	100	463 874	483 226

Source : DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaia 2013, P.14.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

D'après le tableau précédent, la population masculine est de 483 226 hat soit 51,02% de la population totale et la population féminine est de 463 874 hat avec un taux de 48,98%. La répartition géographique de la population se caractérise par une concentration importante au niveau de chef-lieu de la wilaya avec un total de 204 802 hat soit un taux de 21,62% de la population totale, vient par la suite la daïra d'Akbou avec un taux de 8,70%, suivie des daïras Amizour, Kherrata, Elkseur, Tazmalt avec des taux respectivement de 8,16%, 7,04%, 5,64% et 5,35%.

1-1-2 La population active et emploi

Tableau n°36 : Estimation de l'emploi

Designation	Données arrêtées Au 31/12/2013
Population active	378 840
Taux d'activité	40 %
Population active occupée	333 380
Taux de chômage	12 %

Source : DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaia 2013, édition 2014, P.21.

La population active à la fin de l'année 2013 est d'environ 378 840 personnes, soit 40% de la population totale de la wilaya, la population active occupée est de 333 380 personnes. Ce qui donne un taux de chômage de 12% et qui touche beaucoup plus les personnes moins de 40 ans.

Tableau n°37 : La population active occupée par grands secteurs (situation au 31/12/13)

Désignation	Nombre	Part du secteur %
Agriculture	68 580	20,57
BTP	77 550	23,26
Industries publiques	24 375	7,31
A.D.M(executif A.P.C.E.P.A)	41 000	12,30
Services	71 450	21,43
Artisanat et tourisme	13 340	4
Commerce	7 075	2,12
Autres	30 010	9
Total	333 380	100

Source : DPAT, Monographie de la wilaya de Bejaia 2013, édition 2014, P.21.

D'après le tableau précédent, on remarque que la population active occupée variée d'un secteur à un autre, le secteur le plus dominant est celui de BTP avec un taux de 23,26%, suivi par le secteur des services, d'agriculture avec des taux respectivement de 21,43% et 20,57%. Par contre le commerce est 2,12%.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

1-1-3 Les activités économiques

1-1-3-1 L'agriculture

Pour ce qui est de cette activité, elle peut se diviser en deux grands groupes : l'agriculture de plaine et celle de la montagne. Le premier groupe s'est développé particulièrement sur les terres situées dans la vallée de la Soummam et les plaines côtières. Il concerne les cultures arboricoles en premier degré, suivi de terres labourables pour les céréales, l'aliment de bétail et la culture légumière. Ces cultures demandent souvent à être irriguées, ce qui a justifié leur développement près des oueds. Le second groupe, c'est-à-dire l'agriculture pratiquée dans les zones de piémonts et de montagne, qui constituent l'essentiel du territoire de la wilaya, concerne principalement les activités qui ne dépendent pas beaucoup de l'irrigation. Les espèces dominantes sont l'olivier et le figuier, les cultures maraîchères sont aussi présentes mais pratiquées sur des espaces réduits et orientées plus vers l'autoconsommation que vers le marché. Le cheptel, quant à lui, n'est pas important comparativement aux possibilités existantes. Par contre, l'élevage avicole est très développé et satisfaisant.

1-1-3-2 l'industrie

Le secteur industriel dans la wilaya de Bejaia a connu une transformation significative depuis la seconde moitié des années 90. Le secteur public qui était très dominant jusque là, commençait à se rétrécir devant un secteur privé qui a pu prendre forme en une période de temps relativement courte. Le nombre des nouvelles créations croît d'une année à une autre.

L'implantation à Bejaia de l'industrie publique depuis le lancement des premiers plans de développement en Algérie n'a obéi presque à aucune autre logique que de localisation qu'à celle de la résorption du chômage endémique qui sévissait dans la région. Caractérisée par une main-d'œuvre très peu qualifiée, cette région a reçu des industries dont le fonctionnement ne nécessitait pas un minimum de qualification et une forte intensité de main d'œuvre.

En effet, l'industrie de la wilaya de Bejaia connaît ces dernières années une ascension au niveau national, avec un tissu industriel diversifié et d'une densité forte. La densité industrielle de Bejaia est plutôt dominée par les industries agro-alimentaires avec un taux avoisinant 50 % du nombre de PME/PMI du total du secteur industriel.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

1-1-4 Les infrastructures de base

1-1-4-1 Le réseau routier

Le réseau routier de la Wilaya se compose de 444,2 Km de routes nationales (RN) dont 20 Km non revêtus, 659 Km de chemins wilaya (CW) dont 12 Km non revêtus et de 3 179 Km de chemins communaux (CC) dont 926,49 Km non revêtus.

Les principaux axes du réseau national sont dans un état relativement convenable, et desservent les centres les plus dynamiques de la Wilaya du point de vue économique. La RN 26 reliant Bejaia à Bouira, la RN n°09 mène vers Sétif et n°24 vers Tizi-Ouzou par Azeffoune, axes structurant par excellence, font l'objet d'une modernisation afin de valoriser et répondre au mieux aux besoins de transport de gros tonnage à partir des installations portuaires d'une part et l'adapter aux ambitions locales de développement économique et social, d'autre part.

1-1-4-2 L'Aéroport et le port

Bejaia dispose d'un aéroport international dénommé Aéroport de Bejaia -Soummam-Abane Ramdhane situé à 5 km au sud de la ville. Il a été inauguré en 1982 pour les vols nationaux et en 1993 pour les vols internationaux.

L'infrastructure se compose d'une piste de 2 400 ml ×45, d'une aérogare de 250 passagers/jour en moyenne et une aire de stationnement de 24 576 m².

Au 31/12/2013, l'aéroport de Bejaia a enregistré sur les lignes internationales l'arrivée de 102 725 voyageurs et le départ de 108 347 et sur les lignes intérieurs l'arrivée de 38 610 passagers et le départ de 45 327¹.

Bejaia dispose d'un port qui occupe le deuxième rang en Algérie par son volume d'activité, il a donné depuis des années 1960 une place grandissante au pétrole et aux produits pétroliers tirés du Sahara (les hydrocarbures représentent 86 % de ses exportations en 2005). En 2008, il a été intégré au projet européen des « autoroutes de la mer » (ADM), aux côtés de Gabés, Agadir et Haïfa. Sa consistance est composée de 03 bassins d'une superficie de plus de 156 Ha, reparti comme suite (Avant port : 75 Ha (port pétrolier), Vieux port : 26 Ha (commerce/voyageur), Arrière port : 55 Ha (céréalière)).

Au 31/12/2013, les mouvements de la navigation ont été de 1 396 navires entrants et de 1 401 sortants. Pour le trafic de marchandises, les quantités embarquées sont de l'ordre de 9 139 817 T et celles débarquées sont de 11 004 667 T soit un total de 20 144 484 T².

¹ DPAT, Monographie de la Wilaya de Bejaia, 2013, édition 2014. P.174.

² Ibid. P. 173.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

1-2 L'entrepreneuriat féminin

1-2-1 Répartition des PME privées appartenant aux femmes par secteur d'activités

Tableau n°38 : Répartition des PME privées appartenant aux femmes par secteur d'activités

Secteur d'activité	Nombre des PME	Taux %
Agriculture et pêche	16	1,39
Matériaux de construction, céramique	15	1,30
B.T.P	133	11,55
Chimie, caoutchoucs, plastique	05	0,43
Industrie agroalimentaire	48	4,17
Industrie textile, bonneterie, confection	45	3,91
Industrie du bois, liège, papier	30	2,60
Transport et communication	191	16,58
Commerce	298	25,87
Hôtellerie et restauration	65	5,64
Services	297	25,78
Immobilier	09	0,78
Total	1152	100

Source : Données de la direction des PME de Bejaia, 2012.

Le tableau ci-dessus, montre que les PME féminines sont beaucoup plus nombreuses dans le commerce avec un nombre de 298 PME dont le taux est de 25,87%, suivi par le secteur des services dont le nombre est de 297 PME avec un taux de 25,78%, ensuite, le secteur transport et communication avec le nombre de 191 PME et le taux 16,58%.

1-2-2 Répartition des PME féminines par organisme

1-2-2-1 ANSEJ

Le dispositif ANSEJ est mis en place par les pouvoirs publics pour l'encouragement, le soutien et l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. C'est un dispositif mis en œuvre selon une approche économique basée sur la création d'emplois par l'investissement productif³.

³ http://fr.wikipedia.org/wiki/Agence_nationale_de_soutien_%C3%A0_l%27emploi_des_jeunes.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

Tableau n°39 : Répartition des projets financés par l'ANSEJ selon le secteur d'activité

Secteur d'activité	2013				2014			
	Nbre	Sexe du gérant		Taux de féminité	Nbre	Sexe du gérant		Taux de féminité
		M	F			M	F	
Services	356	309	47	13,20%	352	320	32	9,09%
Artisanat	216	199	17	7,87%	155	144	11	7,09%
Agriculture	108	102	6	5,56%	83	78	5	6,02%
Transport	159	155	4	4,76%	44	44	0	0,00%
Industrie	123	99	24	2,34%	314	287	27	8,6%
BTP	567	564	3	0,00%	449	441	8	1,78%
Pêche	3	3	0	19,51%	9	9	0	0,00%
Profession libérale	83	56	27	0,53%	98	62	36	36,73%
Maintenance	4	4	0	0,00%	0	0	0	0,00%
Hydraulique	18	18	0	0,00%	18	17	1	5,55%
Total	1637	1509	128	7,82%	1522	1402	120	7,88%

Source : Données de l'ANSEJ de Bejaia, 2014.

La création des entreprises dans le cadre de l'ANSEJ varie d'une période à une autre et d'un secteur à un autre. Le tableau précédent montre que les femmes sont presque présentées dans tous les secteurs d'activités.

En 2013, le secteur ou le nombre de femmes est plus important est le service avec 47 projets dont le taux est de 13,20%. En 2014, le secteur ou les femmes sont nombreuses est la profession libérale.

Comparant aux hommes, le nombre de projets financés par l'ANSEJ destinés aux femmes est faible, mais vue leur situation durant les années précédentes, l'intégration des femmes dans le monde du travail s'est améliorée.

1-2-2-2 ANDI

L'ANDI - Agence nationale de développement de l'investissement - a été créée en 2001 pour répondre à cet objectif.

Sous le contrôle et l'orientation du ministre chargé de la promotion des investissements, l'ANDI exerce ses missions dans sept grands domaines⁴ :

- Information : accueillir et informer les investisseurs.
- Facilitation : identifier les contraintes entravant la réalisation des investissements et proposer des mesures organisationnelles et réglementaires pour y remédier.

⁴ <http://www.mdipi.gov.dz/Agence-Nationale-de-Developpement>.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

- Promotion de l'investissement : promouvoir l'environnement général de l'investissement en Algérie, améliorer et consolider l'image de marque de l'Algérie à l'étranger.
- Assistance : conseiller et accompagner les investisseurs auprès des autres administrations dans la réalisation de leurs projets.
- Participation à la gestion du foncier économique : informer les investisseurs sur la disponibilité des assiettes foncières et assurer la gestion du portefeuille foncier.
- Gestion des avantages : vérifier l'éligibilité aux avantages des investissements déclarés, contribuer à l'identification des projets présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale et participer à la négociation des avantages à octroyer à ces projets.
- Suivi : assurer un service d'observation, de statistiques et d'écoute portant sur l'état d'avancement des projets enregistrés.

Tableau n°40 : Répartition des projets déclarés par sexe féminin selon le secteur d'activité au niveau de l'ANDI

(1KDA= 1 000 DA)

Secteur d'activité	Nbre de projets	Montant en (KDA)	Nbre d'emplois
BTP	4	86 768	52
Industrie	8	1 421 136	160
Santé	1	6 291	3
Transport	53	418 407	97
Services	23	236 823	68
Total	89	2 169 425	380

Source : Données de l'ANDI de Bejaia, 2014.

D'après le tableau, on remarque que les projets déclarés par sexe féminin se répartissent sur les secteurs comme suit :

- 04 projets pour le secteur BTP avec un montant de 86 768 000 DA, créant 52 emplois ;
- 08 projets pour l'industrie avec un montant de 1 481 136 000 DA et 160 emplois;
- Le secteur transport comporte le plus grand nombre de projets qui s'élève à 53 projets avec un montant de 6 291 000 DA et 97 emplois ;
- Et enfin, le secteur des services avec un nombre de 23 projets dont le montant est de 236 823 000 DA et 28 emplois.

Comparant les statistiques du tableau à la réalité vécue, on constate que la majorité des femmes chef d'entreprise figurant dans le registre du commerce sont des prête-noms utilisés par leurs proches de l'autre sexe pour obtenir un registre de commerce.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

1-2-2-3 ANGEM

Le dispositif ANGEM vise l'intégration économique et sociale des populations ciblées à travers la création d'activités de production, de biens et de services, il est destiné aux femmes au foyer et aux citoyens sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers. Il comporte deux types de financements :

Un crédit destiné pour les projets et un prêt sans intérêt au titre de l'achat de matières premières⁵.

Tableau n°41 : Bilan des financements par secteur d'activité et programme

PNR AMP			PNR Projet		
Secteur	Genre		Secteur	Genre	
	Féminin	Masculin		Féminin	Masculin
Agriculture	163	434	Agriculteur	18	82
TP	1816	13	TP	51	17
industrie			industrie	0	103
BTP	0	33	BTP	17	139
Services	56	29	Services	9	4
Artisanat	46	9	Artisanat	6	72
Pêche	0	16	Pêche	0	0
Total	2081	534	Total	101	417

Source : Données de l'ANGEM de Bejaia, 2014.

Concernant les prêts non rémunérés ou les prêts sans intérêts pour l'achat de matières premières, les femmes sont beaucoup plus nombreuses, avec un total de 2 081 prêt dont le secteur le plus important est TP industrie avec 1 816 prêts. Par contre, les crédits destinés aux projets sont moins importants par rapport aux hommes avec un total de 101 projets.

SECTION 2: METHODOLOGIE D'ENQUETE

2-1 L'échantillonnage

L'échantillonnage représente une opération qui consiste à sélectionner une fraction d'une population plus vaste. Et pour des raisons de couts, de délais, il est pratiquement impossible d'étudier tous les individus d'une population c'est-à-dire d'effectuer un recensement. De plus, « l'échantillon doit présenter les mêmes caractéristiques que la population cible. En d'autres termes, qu'il soit représentatif parce que si ce n'est pas le cas, l'échantillon est biaisé »⁶.

⁵ ANGEM de Bejaia, 2014.

⁶ LE MAUX Benoit. «Le choix de l'échantillon : produire et préparer les variables, statistiques, logiciels et enquête ». P.21.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

Dans le choix de la taille de notre échantillon, nous avons choisi la méthode d'échantillonnage par quotas. Dans son principe, la méthode par quotas consiste à obtenir une représentativité suffisante en cherchant à produire dans l'échantillon, les distributions de certaines variables importantes sachant que ces distributions existent dans la population à étudier⁷, dans notre cas, il s'agit des communes qui ont plus d'entreprises et plus précisément les entreprises féminines, mais vu l'absence de moyens financiers et le temps nécessaire à la réalisation de notre enquête de terrain, le nombre de femmes entrepreneures reste limité, le tableau suivant montre la répartition spatiale de notre échantillon.

Tableau n°42 : Répartition spatiale de notre échantillon

	Commune	Nbre de PME	Nbre de PME féminines enquêtées
01	Bejaia	6246	34
02	Akbou	1736	5
03	El ksur	732	6
04	Kherrata	548	5
05	Souk-el-tenine	429	12
06	Aokas	408	27
07	Tichy	363	7
08	Derguina	212	4
	Total	10 674	100

Source : Etabli à partir des données collectées au niveau de la DPAT de Bejaia et de l'échantillonnage réalisé.

L'échantillon de 110 entrepreneures fixé, qui est reparti sur les 08 communes de la wilaya de Bejaia telle que (Bejaia, Akbou, El kseur, Kherrata, Souk-el-tenine, Aokas, Tichy, Derguina) ne correspond pas au nombre d'entrepreneures enquêtées indiqué dans le tableau ci-dessus. Cependant, le nombre d'entrepreneures enquêtées varie d'une commune à une autre.

2-2 Objectif de l'enquête

Notre enquête vise essentiellement à collecter des informations sur le terrain pour but de vérifier les hypothèses émises au départ de notre travail en dressant un certain nombre de points caractérisant les femmes entrepreneures et leurs entreprises créées, les motivations qui les ont conduites à créer cette dernière ainsi que les objectifs fixés à l'avenir.

2-3 Elaboration du questionnaire

Sur la base de la partie théorique et en raison de la dispersion de la population étudiée sur le territoire de la wilaya, nous avons élaboré un questionnaire de 38 questions réparties sur 06 axes (voire les annexes), afin de toucher un maximum d'informations recherchées.

⁷ AKTOUF Omar. « Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et une critique ». HEC, Montréal : les presses de l'université du Québec, 1987. P.74.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

Le choix de ces axes est motivé par :

1. Identification de la femme entrepreneure

Dans ce premier axe, il s'agit de recueillir des données générales sur l'enquêté, tel que : l'âge, l'état matrimonial, le niveau d'instruction, activité professionnelle antérieure...etc, le but est de savoir quel est l'influence de ces éléments sur le choix de création d'une entreprise.

2. Identification de l'entreprise

Le deuxième axe est spécifique à l'entreprise créée par la femme entrepreneure, ce sont des données générales sur l'entreprise tel que l'année de création, le siège social, l'activité de l'entreprise, la nature, l'effectif et le chiffre d'affaire de l'entreprise.

3. Processus et obstacles de création de l'entreprise

Visent essentiellement, l'idée de création de l'entreprise, la procédure, le financement et la nature d'obstacle rencontré lors de la création de cette dernière.

4. Motivations et objectifs de la création

Cet axe a pour but de cerner les différentes motivations et objectifs qui ont poussé ces femmes à créer leurs propres entreprises.

5. Statut et rôle de la femme entrepreneure

Il s'agit d'étudier son statut, que ce soit dans l'entreprise, dans la société et aussi au sein de la famille

6. Opinions général et suggestions :

Ce sont des questions ouvertes destinées aux femmes afin de voir leur avis sur les secteurs où la femme peut mieux réussir, qu'est-ce qui peut la différencier de l'homme et quelles sont les mesures à prendre en considération afin d'améliorer son rôle en Algérie.

Ce questionnaire dispose d'un certain nombre de questions qui sont fermées et d'autres sont ouvertes qui permettent la liberté d'expression aux enquêtées.

2-4 Le déroulement de l'enquête

Notre enquête de terrain s'est déroulée durant la période du 01 Avril au 10 Mai de l'année en cours. La distribution des questionnaires a été faite par nous-même pour toutes les entreprises et nous avons été présents lors des réponses, à l'exception de quelques enquêtées tels que les médecins et les avocats qui n'ont pas le temps de répondre sur place, ce qui nous a obligé de laisser des questionnaires à leur disposition. Dans ce cas, les questionnaires remplis

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

sans notre présence présentaient des lacunes beaucoup plus chez les enquêtées qui ont un niveau d'instruction faible.

Il est essentiel de noter que le nombre de 110 entrepreneures visées n'a pas été atteint à cause d'un certains nombre de difficultés entravant notre enquête.

La principale difficulté qui a rendu le travail difficile réside dans la dispersion de l'échantillon d'étude sur toute la région de Bejaia, ce qui nécessite des déplacements multiples dans les différentes communes concernées. Ainsi que les réactions de certaines femmes qui nous ont vraiment dessus, certaines d'entre eux ont carrément refusé de nous donner la parole pour leurs expliquer notre objectif derrière ce questionnaire, certaines d'autres, elles ont répondu mais avec crainte, il y'a même celles qui nous ont fait ressentir la peur puisqu'elles ne peuvent pas répondre sans la présence de leurs maris ou d'une personne de l'autre sexe. Tout cela s'explique par la mentalité algérienne qui reste encore restreinte.

A la fin de l'enquête, nous avons pu distribuer 110 questionnaires auprès des entreprises de différents secteurs d'activité. Sur les 110 questionnaires distribués, nous avons récupéré 103 (taux de réponse est de 93,63%), dont 100 sont exploitables, comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau n°43 : Données relatives à l'enquête de terrain

Objet	Total
Echantillon	110
Questionnaires distribués	110
Questionnaires récupérés	103
Taux de réponse	93,63%
Questionnaires exploitables	100

2-5 Le traitement des questionnaires

Pour les besoins de dépouillement des questionnaires exploitables, nous les avons numérotés de 1 à 100 et nous avons procédé au codage des questions et réponses en constituant un guide des codes chiffrés avant d'élaborer un tableau de dépouillement, dont les lignes correspondent aux questionnaires et les colonnes aux questions.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

SECTION 3 : LES CARACTERISTIQUES DE L'ECHANTILLON ETUDIE

Le profil des femmes enquêtées offre un bagage de renseignements qui deviennent utiles dans la compréhension et l'analyse des données pour mieux comprendre le phénomène d'entrepreneuriat dans la wilaya de Bejaia.

3-1 Les caractéristiques personnelles des entrepreneures

Tableau n°44 : L'âge des femmes entrepreneures enquêtées

Age	Fréquence	Part (%)
20-29 ans	31	31
30-39 ans	40	40
40 ans et plus	29	29
Total	100	100

En ce qui concerne l'âge des entrepreneures, le tableau ci-dessus montre que la catégorie la plus importante est celle de 30-39 ans avec une part 40%, les femmes qui appartiennent à cette catégorie peut être sont celles qui ont acquis une certaine expérience dans le même domaine ou bien celles qui ont épargné le capital nécessaire au lancement de leurs projets. Suivi d'une catégorie plus jeune, celle de 20-29 avec un taux de 31% puis la catégorie de 40 ans de plus avec un taux de 29%. La femme entrepreneure la plus âgée que nous avons entretenue a 60 ans.

Tableau n°45 : Niveau d'instruction des femmes enquêtées

Niveau	Fréquence	Part en (%)
Non scolarisée	3	3
Primaire	9	9
Moyen	16	16
Secondaire	47	47
Universitaire	25	25
Total	100	100

D'après le tableau, on remarque que la majorité des femmes entrepreneures ont un niveau d'instruction secondaire qui représente le plus grand nombre de femmes de l'échantillon avec une part de 47%, suivi par le niveau universitaire qui représente 25%, ainsi que les niveaux moyen et primaire qui ont un taux respectivement 16% et 9%, alors que la catégorie des femmes qui n'ont pas été scolarisé est faible avec un taux de 3%. Selon le tableau, on constate que le niveau d'instruction joue un rôle important dans la création des entreprises.

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

Tableau n°46 : Les femmes effectuant une formation

Type de réponse	Fréquence	Part en (%)
Oui	85	85
Non	15	15
Total	100	100

Comme le montre ce tableau, 85% des femmes enquêtées ont effectué une formation alors que 15% n'ont pas effectué, cela s'explique par le fait que certaines d'entre elles travaillent avec leur diplôme universitaire et le reste sont même pas scolarisées, leur travail est relié à une tradition familiale.

3-2 Les caractéristiques familiales

Tableau n°47 : Etat matrimonial des femmes entrepreneures

Etat	A la création	%	actuellement	%
	Fréquence		Fréquence	
Célibataire	39	39	34	34
Mariée	58	58	59	59
Divorcée	3	3	7	7
Total	100	100	100	100

Le tableau ci-dessus montre que la majorité des femmes entrepreneures interrogées sont mariées, représentant des taux presque équivalents soit 58% à la création et 59% actuellement. 39% et 34% sont célibataires respectivement à la création et actuellement, cela s'explique par le fait que le mariage n'est pas un entrave pour la majorité des femmes mariées. En revanche, les femmes divorcées ne représentent que 7% de notre échantillon, ce qui fait, dans notre société, la femme divorcée ne peut pas s'intégrer facilement dans le monde du travail jusqu'à ce qu'elle refasse sa vie avec un autre.

Tableau n°48 : Nombre d'enfant à charge

Nbre d'enfant	A la création	Actuellement	Part en (%)
	Fréquence	Fréquence	
Aucun enfant	22	16	24,24
01 enfant	11	8	12,12
02 enfants et plus	33	42	63,64
Total	66	66	100

Le tableau ci-dessus montre le nombre d'enfants à charge, sachant que les femmes célibataires ne sont pas prises en considération, ce qui fait le pourcentage est calculé en fonction du nombre des femmes mariées et divorcées qui est de 66. D'après les statistiques du tableau, les femmes entrepreneures ayant plus de 02 enfants représentent une part plus

CHAPITRE IV : ETAT DES LIEUX DE L'ENTREPRENEURIAT FEMININ DANS LA REGION D'ETUDE ET METHODOLOGIE D'ENQUETE

importante qui est de 63,64%, suivi par 24,24% pour celles n'ayant pas d'enfants, alors que les femmes qui ont 01 enfant représentent une part faible, soit 12,12%.

Vue le tableau, certaines femmes rencontrées qui n'ont pas d'enfants, ont décidé qu'une fois avoir leur premier enfant elles vont arrêter leur travail, certaines d'autres, elles ont lancé leurs projets lorsque leurs enfants ont grandi. De ce fait, on conclut que certaines femmes n'arrivent pas à concilier entre vie familiale et professionnelle.

Tableau n°49 : Activité professionnelle du conjoint des femmes entrepreneures

Activité	Fréquence	Part en (%)
Fonctionnaire	21	31,81
Fonction libérale	20	30,30
Cadre	5	7,57
Indépendant	12	18,18
Sans activité	8	12,12
Total	66	100

D'après le tableau précédent, on remarque que la majorité des conjoints des femmes enquêtées sont des fonctionnaires avec un taux de 31,81%, suivi par ceux qui exercent une fonction libérale avec une part de 30,30% du total. Les conjoints qui exercent une activité indépendante, cadre et sans activité, représentent des taux respectivement de 18,18%, 7,57% et 12,12%. Vue les activités professionnelles des conjoints, la majorité des femmes entrepreneures déclarent que les aides reçues lors de la création de leurs entreprises sont de la part de leurs conjoints.

CONCLUSION

Selon les données de la DPSB de Bejaia, le nombre de femmes chefs d'entreprises est faible en le comparant à celui des hommes, mais ce nombre est appelé à augmenter dans les années à venir.

L'échantillon étudié se caractérise essentiellement par la dominance des femmes ayant entre 30 et 39 ans. Elles sont pour la plupart mariées et ayant au moins un enfant et dont le conjoint exerce une profession en tant que fonctionnaire ou dans la fonction libérale. Elles sont majoritairement d'un niveau d'instruction secondaire et universitaire comme elles ont bénéficié d'une formation professionnelle.

CHAPITRE V :
CARACTERISATION DES
ENTREPRISES CREEES
ET LE DOUBLE ROLE
DES FEMMES
ENTREPRENEURES

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

INTRODUCTION

C'est le chapitre consacré à la présentation et à l'analyse des données recueillies sur le terrain auprès des femmes entrepreneures. Il s'agit dans un premier temps d'une analyse statistique à partir des tableaux et figures constituées. Ensuite, nous l'avons complété par une analyse qualitative afin de vérifier les hypothèses émises au départ. Dans ce contexte, on va essayer de présenter l'entrepreneure et entreprise comme première section en essayant de voir le rôle effectif des femmes entrepreneures, les caractéristiques, processus et obstacles des entreprises, comme deuxième section les motivations, objectifs et les valeurs phares, et enfin en troisième et dernière section statut et double rôle de la femme entrepreneure.

SECTION 1 : ENTREPRENEURES ET ENTREPRISES

1-1 Rôle effectif des femmes entrepreneures

Tableau n°50 : Activité antérieure des femmes enquêtées

Activité	Fréquence	Part en (%)
Fonctionnaire	14	14
Enseignante	3	3
Cadre dans une entreprise	1	1
Sans emploi	82	82
Total	100	100

Le tableau précédent nous montre que la majorité des femmes entrepreneures enquêtées n'ont pas exercé une activité antérieure soit 82% de l'échantillon, ce qui fait, le chômage et le besoin d'argent les ont poussé à créer leurs propres emplois. Les 18% restants, elles ont déjà exercé des activités (14% de ces femmes ont été fonctionnaires, 3% enseignante et 1% cadre dans une entreprise), mais vue l'expérience acquise et l'envie d'être indépendante que salariée les ont permis de s'engager dans des projets et d'exercer l'activité d'entrepreneure.

Tableau n°51 : Les fonctions des femmes enquêtées dans leurs entreprises

Fonction	Fréquence	Part en (%)
Créatrice et gérante	85	85
Gérante	15	15
Total	100	100

Vue les résultats de notre enquête, 85% des femmes entrepreneures sont à la fois créatrices et gérantes et le reste (soit 15%) sont uniquement gérantes, car pour les femmes mariées, la création est faite par leurs maris, et les femmes célibataires c'est à l'aide de leurs familles.

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

1-2 Caractéristiques des entreprises créées

Tableau n°52 : L'année de création de l'entreprise

Période	Fréquence	Part en (%)
Avant 2000	2	2
2000-2009	35	35
2010-2014	63	63
Total	100	100

Selon les périodes de création, le nombre d'entreprises augmente d'une période à une autre, soit 2% des entreprises ont été créées avant 2000, 35% 2000-2009 et la période ou la part des entreprises créées est plus importante est celle 2010-2014 avec 63%. Cette augmentation s'explique par la culture qui est considérablement changée comparant à celle des années 90 et les droits de la femme, puisque la femme algérienne n'avait pas les mêmes droits qu'aujourd'hui.

Tableau n°53 : Le siège social de l'entreprise

Région	Fréquence	Part en (%)
Bejaia	34	34
Akbou	5	5
Elkseur	6	6
Aokas	27	27
Tichy	7	7
Souk-el-tenine	12	12
Derguina	4	4
Kherrata	5	5
Total	100	100

Les entreprises des femmes enquêtées sont dispersées sur les 8 régions de la wilaya de Bejaia comme suit : 34% des entreprises sont implantées dans la commune de Bejaia, 5% dans la commune d'akbou, 6% dans la commune d'Elkseur, 27% dans la commune d'Aokas, 7% au niveau de Tichy, 12% à Souk-el-tenine, 4% à Derguina et en fin 5% en ce qui concerne la commune de Kherrata.

Ceci est tout simplement lié à des raisons pratiques de facilités de déplacement et de contrat durant la passation du questionnaire. Autrement dit, le choix de l'échantillon n'est pas dicté par le principe des quotas et de proportionnalité en fonction des communes, mais plutôt par le principe de toucher un nombre suffisant de femmes entrepreneures pour collecter toutes les informations escomptées.

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

Tableau n°54 : secteur d'activité de l'entreprise

Secteur d'activité		Fréquence		Part en (%)
Artisanat	Textile	23	39	39
	Gâteaux traditionnels	15		
	Céramique	1		
Commerce		6		6
Service		54		54
Total		100		100

Pour la répartition des entreprises enquêtées par secteur d'activité, le tableau ci-dessus montre que la part la plus importante est celle enregistré dans le secteur service avec 54% du total de l'échantillon (soit plus de la moitié du nombre des entreprises enquêtées), suivi par l'artisanat avec un taux de 39%, et en fin le commerce avec une part de 6%.

Tableau n°55 : Nature de l'entreprise

Nature de l'entreprise	Fréquence	Part en (%)
Individuelle	95	95
Familiale	2	2
En association	3	3
Total	100	100

D'après ce tableau, on remarque que la majorité des entreprises des femmes enquêtées sont de nature individuelle avec une part de 95%, par contre familiale et en association ne représentent que 2% et 3% respectivement.

Tableau n°56 : Effectif de l'entreprise

Effectif		Fréquence		Part en (%)
Aucun salarié		13		13
1-9 salariés	Femme	87	73	87
	Homme		1	
	Homme et femme		13	
Total		100		100

Ce tableau montre que la catégorie la plus dominante est celle de la très petite entreprise qui contient de 1-9 salariés avec un nombre de 87 entreprises dont 73 entreprises n'ont recruté que des femmes, 13 entreprises ont des employés des deux genres et on trouve une seule entreprise, qui n'a recruté que des hommes, le reste représente les entreprises créées dans le seul but de l'auto-emploi, c'est-à-dire créer son propre pour sortir de la situation du chômage et assurer un certain revenu. Dans notre échantillon, on remarque que les deux catégories petite et moyenne entreprises sont absentes.

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

Les relations existantes entre les entrepreneures enquêtées et leurs salariés sont beaucoup plus amicales, voisinages, familiales et rarement professionnelles.

Tableau n°57 : Le chiffre d'affaires annuel de l'entreprise

Le chiffre d'affaire	Fréquence	Part en (%)
(-) 500 000 DA	66	66
500 000 DA-1 000 000 DA	22	22
1 000 000 DA-2 000 000 DA	12	12
Total	100	100

La majorité des femmes enquêtées réalisent un chiffre d'affaire qui ne dépasse pas les 500 000 DA soit 66% du total de l'échantillon, 22% pour les femmes qui réalisent un chiffre d'affaire entre 500 000 DA-1 000 000 DA, ainsi que 12% pour celles qui réalisent un chiffre entre 1 000 000 DA-2 000 000 DA.

1-3 Processus et obstacles de création de l'entreprise

Tableau n°58 : La raison d'investir dans le créneau d'activité

Raison	Fréquence	%
Le long chômage et volonté d'intégration dans le monde du travail	19	19
Amour du métier	40	40
Activité rentable et manque d'activité dans la région	29	29
Adéquation à la formation initiale et aux capacités personnelles et maîtrise du métier	41	41
Patrimoine familial	4	4

La totalité des femmes enquêtées ont investi dans des créneaux d'activités divers pour de multiples raisons, telles que :

Raisons personnelles par nécessité et contrainte : affirmation de soi en tant qu'acteur socio-économique, auto-emploi pour subvenir à ses besoins et aux besoins de la famille, d'après le tableau, on remarque que le long chômage et volonté d'intégration dans le monde du travail représente 19%, amour du métier avec 40%, adéquation à la formation initiale et aux capacités personnelles et maîtrise du métier avec une part de 41%.

Raisons économiques : réussir économiquement en réalisant des profits pour enrichissement, perpétuer une tradition familiale (environnement familial favorable à l'entrepreneuriat), le tableau montre que l'activité rentable et manque d'activité dans la région représente 29%, le patrimoine familial 4%.

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

Tableau n°59 : Aide lors de la création de l'entreprise

Type de réponse	Fréquence	Part en (%)
Oui	94	94
Non	6	6
Total	100	100

D'après ce tableau, 94% des femmes enquêtées ont bénéficié d'une aide lors de la création de leurs entreprises, par contre les 6% restant n'ont pas bénéficié.

Tableau n°60 : Nature de l'aide

Nature de l'aide	Fréquence	Part en (%)
Financière	90	90
Etablissement local	3	3
Relationnelle	1	1
Aucune aide	6	6
Total	100	100

Parmi les 94 femmes enquêtées qui ont donné des réponses positives, 90% ont reçu des aides financières, 3% ont reçu des aides de nature établissement local, 1% de nature relationnelle. Les 6% qui ont répondu avec (non), ont lancé leurs projets avec leur propre argent.

Tableau n°61 : Source de financement

Source	Fréquence	Part en (%)
Organisme administratif public	10	10
Agence bancaire	8	8
Aide familiale	77	77
Emprunt des amis	7	7

Selon le tableau précédent, on remarque que les relations entre les entrepreneures et leurs familles jouent un rôle important dans le démarrage de leurs entreprises, ce qui fait, la part des aides familiales est de 77%, emprunt des amis est 7%. Ce qui concerne les organismes administratifs (ANSEJ, ANGEM, ANDI) et les emprunts bancaires, soit 10% et 8% respectivement, les femmes font moins recours. Cela revient aux difficultés à cause de la bureaucratie bancaire qui exige plusieurs conditions et garanties.

La plupart des femmes enquêtées qui ont obtenues des emprunts auprès de la banque, ont présenté comme garantie les cautions de leurs conjoints, et pour le reste, elles ont présenté les cautions des parents et la garantie personnelle.

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

Tableau n°62 : Obstacles lors de la création de l'entreprise

Type de réponse	Fréquence	Part en (%)
Oui	39	39
Non	61	61
Total	100	100

Ce tableau nous montre que 39% des entrepreneures enquêtées indiquent avoir rencontré des obstacles lors de la création et 61% des enquêtées ont rien rencontré

Tableau n°63 : la nature des obstacles rencontrés

Nature d'obstacle	Fréquence	Part en (%)
Financier	17	17
Gestion du temps	7	7
Les démarches administratives	14	14
Le manque de moyen	6	6
Le manque de la clientèle	5	5

Vue les femmes enquêtées qui ont rencontré des obstacles lors de la création des entreprises, nous remarquons que les principaux obstacles sont d'ordre financiers avec un taux de 17%, ces femmes ont démontré qu'elles sont mecontentes parce que les institutions financières ne comprennent pas leurs besoins et leur réalité et elles ont la mentalité que la femme ne peut pas réussir seule. Suivi par les démarches administratives avec un taux de 14%, la gestion du temps, le manque de moyen et le manque de clientèle qui représentent des taux respectivement de 7%, 6% et 5%.

SECTION 2 : MOTIVATIONS, OBJECTIFS, VALEURS PHARES

2-1 Motivations des femmes entrepreneures derrière leurs activités

Tableau n°64 : Motivations des femmes entrepreneures derrière leurs activités

Motivation	Fréquence	Part en (%)
Satisfaction et accomplissement de soi et améliorer le savoir	67	67
Auto-emploi	33	33
Les mauvaises conditions de travail dans le secteur public	3	3
L'envi d'être connu	15	15
Préserver le patrimoine familial	2	2
L'envi d'être indépendante que salariée	6	6
Rendement des services	15	15
Assurer la retraite	1	1

Les résultats de notre enquête donnés par le tableau n°64 montrent que la principale motivation des entrepreneures derrière leurs activités est la satisfaction et accomplissement de

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

soi et améliorer le savoir avec un taux de 67%, suivi par l'auto-emploi avec 33%. En suite, on remarque que l'envi d'être connu et le rendement des services représentent le même taux qui est de 15%, l'envi d'être indépendante que salariée avec une part de 6%, d'autres motivations comme les mauvaises conditions de travail dans le secteur public et l'assurance de la retraite sont respectivement à 3% et 1%.

2-2 Objectifs fixés à l'avenir et les valeurs phares de l'entreprise

2-2-1 Les objectifs

La majorité des femmes entrepreneures enquêtées souhaitent réaliser des objectifs plus ou moins importants tel que, l'élargissement du champ d'activité et la taille de l'entreprise qui est considéré comme un objectif majeur pour les femmes enquêtées, la stabilité qui est lié au caractère d'auto-emploi d'une catégorie de femmes entrepreneures en quête d'un revenu, et qui est pour quelques une d'avoir un local personnel, la bonne réputation et la satisfaction des clients. Certaines femmes souhaitent avoir un matériel sophistiqué afin d'améliorer la qualité du produit ou service et surtout de diversifier l'offre.

Les femmes entrepreneures qui ont montré durant les entretiens leur volonté d'aller de l'avant et leurs ambitions de développer leurs entreprises soit en termes de chiffre d'affaires, ou en termes d'offres et d'activité, ou encore en termes de modernisations des locaux et des équipements en place.

2-2-2 Les valeurs phares de l'entreprise

Vue notre échantillon, on constate que les entreprises créées par les femmes enquêtées ont un certain nombre de valeurs, parmi ces valeurs qui ont rapport avec les affaires en général et avec les entrepreneures en particulier, on cite :

Les valeurs morales : l'honnêteté et le respect des autres, le sens de la justice et le désir de servir les autres, et enfin la transparence c'est-à-dire, donner des détails dans l'estimation des coûts ou encore d'identifier clairement les obstacles qui peuvent nuire à la bonne marche d'un projet de même que les solutions réalistes, les entrepreneures préfèrent donner l'heure juste à leurs clients, même si cela peut parfois s'avérer difficile. Ces valeurs sont liées aux besoins d'appartenance sociale et d'être utiles à la famille et à la société.

Les valeurs d'indépendance personnelle : responsabilité et confiance de soi, le plaisir de travailler, qui sont des valeurs liées aux besoins d'affirmation de soi en tant qu'actrice dans la société.

3-3 Les conseils en cas de problèmes dans le fonctionnement de l'entreprise

Depuis qu'elles sont en affaire, les entrepreneures enquêtées cherchent davantage des conseils ou des aides lorsque elles rencontrent des problèmes dans le fonctionnement de l'entreprise, que ce soit des problèmes internes ou externes.

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

Concernant les problèmes internes, 50% des enquêtées font appel à leurs familles, 47% à des personnes qualifiées et 21% des enquêtées mariées font appel à leurs conjoints.

Concernant les problèmes externes, 81% demandent de l'aide à leurs familles, 25% aux conjoints (pour les femmes mariées), 23% et 7 % respectivement à des amis et à des personnes qualifiées.

SECTION 3 : STATUT ET DOUBLE ROLE DE LA FEMME ENTREPRENEURE

3-1 Les secteurs ou la femme peut mieux réussir

Selon les réponses de la majorité des femmes enquêtées, les secteurs où la femme peut mieux réussir sont : la santé, l'éducation, le service et le commerce. Car, dans ces secteurs la femme arrive à concilier entre la vie professionnelle et familiale, et le travail est à la lumière du jour.

Pour certaines enquêtées, il n'y a aucun secteur spécifique pour la femme, chacune son ambition et son choix pour réussir, tout est basé sur les compétences et le sérieux.

3-2 Le rôle des femmes entrepreneures dans le développement local

Depuis des temps, la femme joue un rôle important dans la formation, l'éducation des enfants et aujourd'hui, de plus en plus dans la gestion de la société, des entreprises et dans le développement local en tant qu'entrepreneure créatrice de richesses et de l'emploi.

3-2-1 Le rôle économique

En déclenchant un processus du changement, les femmes entrepreneures contribuent à assainir le climat économique en créant des richesses et d'opportunités de travail pour les jeunes femmes et l'absorption du chômage.

Elles jouent un rôle beaucoup plus important dans le développement et la croissance économique, ce qui leur permet de conquérir une place sur le marché.

Elles aident d'autres femmes à se former dans le but de valoriser et de capitaliser leurs savoir faire dans plusieurs domaines.

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

3-2-2 Le rôle social

Concernant le rôle social de la femme entrepreneure, les enquêtées ont donné des réponses qui s'orientent globalement dans deux directions qui correspondent à deux catégories de femmes :

✓ **La femme actrice du changement**

Cette catégorie considère, que le fait d'être indépendante, autonome et de prendre sa destinée en main, ce qui conduit nécessairement à la valorisation du statut et de la place de la femme dans la société et de la construction d'une nouvelle génération plus reconnaissante et plus respectueuse du rôle de la femme dans la société. D'ailleurs, l'une d'elles, âgée de 60 ans directrice et formatrice en psychopédagogie des éducatrices stagiaires, nous a déclaré « *La femme à un rôle important dans la société qui est enrichissant et primordial, en franchissant les croyances traditionnelles, elle arrive à reprendre en main sa destinée et sa vraie place sociale et familiale. Moi en tant qu'éducatrice, mon objectif est de préparer les enfants à la vie scolaire, et d'encourager les jeunes mamans à travailler libre en gardant leurs enfants* ».

✓ **La femme entrepreneure par nécessité**

Cette catégorie est plus importante que la première, elle représente les femmes soucieuses des besoins vitaux de la famille qui cherchent à créer leur propre emploi dans le but d'assurer un revenu. Elles sont au service de la famille et leurs aspirations se limitent à aider et apporter une certaine amélioration et un certain confort aux conditions de vie de la famille. L'une de ces enquêtées, âgée de 55 ans, mère de famille divorcée, couturière, nous a dit « *une femme à mon état, divorcée, qui a des enfants, n'est pas uniquement une mère mais aussi un père, et c'est vraiment dur de jouer les deux rôles à la fois. Alors j'ai été obligé de travailler pour prendre en charge toutes les dépenses et surtout satisfaire mes enfants* ».

3-3 Ce qui caractérise les femmes entrepreneures par rapport aux hommes

Les femmes entrepreneures diffèrent des hommes par un certain nombre de caractéristiques telles que :

Les caractéristiques positives :

- La femme se développe dans le travail à partir de ses erreurs et compétences acquises au début de la carrière, elle n'est jamais sûr de la réussite mais elle aime lancer les défis ;
- La femme entrepreneure est généralement plus à l'écoute de leurs salariés car elle accepte et tolère les conseils et les idées des autres personnes ;
- Elle arrive sûrement à mieux concilier entre la vie familiale et professionnelle que l'homme ;

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

- Les femmes sont patientes et elles ont une vision d'avenir optimiste dans leurs projets. Vue le sérieux, le suivi, et la ponctualité, les sont plus confiant envers les femmes que les hommes.

Les caractéristiques négatives :

- L'intensité de la charge des travaux domestiques pour la femme qui souvent la bloque et l'empêche de s'épanouir, ce qui n'est pas le cas du côté de l'homme ;
- L'homme a toujours un esprit d'entrepreneur, ce qui est encore faible du côté de la femme qui manque d'expériences et de compétences dans la gestion des entreprises, car elle est attachée plus à la vie familiale que le travail ;
- Le travail de la femme est généralement limité à la lumière du jour et dans des espaces limités ;
- La condition 'femme' peut être un frein qui menace la création de l'entreprise.

Certaines femmes enquêtées ont déclaré que dans le monde du travail, il n'y a pas de différence entre l'homme et la femme, ça se joue avec la concrétisation du savoir, et le fait qu'elle s'engage à être entrepreneure, elle doit assumer inconvénients et avantages, il n'y a que le regard de la société qui pourrait la caractériser.

3-4 Les mesures proposées pour améliorer le statut et le rôle des femmes entrepreneures en Algérie

Les mesures proposées par les femmes enquêtées pour améliorer le statut de la femme entrepreneure en Algérie sont :

- Aménager le temps afin de concilier entre la vie privée et la vie professionnelle qui continuent aujourd'hui de peser leurs poids et de freiner l'évolution de leurs activités ;
- Faciliter l'accès au financement, élargir les sources de financement, sensibiliser les organismes prêteurs à être plus ouvert et à l'importance d'adapter leurs services aux réalités des femmes entrepreneures ;
- L'opposition aux images traditionnelles de la femme au sein de la société et l'entreprise et briser les préjugés défavorables pour améliorer son niveau d'instruction, valoriser son statut et son travail ;
- Briser les inégalités dans le monde du travail entre les femmes entrepreneures et les hommes entrepreneurs ;
- Faire vivre ce qu'on appelle « l'esprit entrepreneurial », pour promouvoir le statut de la femme entrepreneure et faciliter leur insertion dans le monde professionnel ;
- Faire des expositions et des journées portes ouvertes sur le monde professionnel des femmes et offrir des formations gratuites ou encore à prix réduit dans divers secteurs d'expertise ;
- Allègement du fardeau fiscal, des contraintes réglementaires et du fardeau administratif occasionnés entre autres par les nouvelles règles gouvernementales, non pas pour fuir de leurs responsabilités fiscales, mais plutôt elles souhaitent que les

CHAPITRE V : CARACTERISATION DES ENTREPRISES CREEES ET LE DOUBLE ROLE DES FEMMES ENTREPRENEURES

exigences gouvernementales soient adaptées en tenant compte des limitations que connaissent les micro-entreprises.

CONCLUSION

Comme on a pu constater tout au long de cette étude, les obstacles à la création au démarrage, les motivations, objectifs et le rôle des femmes entrepreneures sont d'importants éléments qui distinguent les femmes entrepreneures des hommes d'affaires.

Le terme 'entreprise' est bel et bien un terme féminin, et les femmes ont démontré qu'il est possible de réussir mais certains obstacles et difficultés importantes leur barrent toujours la route. Malgré ces obstacles les femmes sont persévérantes, savent ce qu'elles veulent, et continuent de s'affirmer en tant qu'actrices du développement.

Ce qu'elles veulent, ce n'est pas qu'on les traite de la même façon que les hommes d'affaires, mais simplement de façon équitable, et qu'on tienne compte de leur réalité.

Pour créer des conditions favorables à l'entrepreneuriat féminin en Algérie en général et à Bejaia en particulier, il suffit juste de mettre certaines mesures pour améliorer le rôle et le statut de la femme entrepreneure telles que : les organismes de soutien à l'entreprise, les institutions financières, le milieu de l'éducation...etc.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

Il est important avant d'exposer les résultats obtenus, de synthétiser notre travail qui constitue les femmes créatrices d'entreprises dans la wilaya de Bejaia. Le travail d'investigation mené par le moyen de questionnaire auprès de 100 femmes entrepreneures réparties sur 8 communes de la wilaya (Bejaia, Akbou, Elkseur, Kherrata, Souk-el-tenine, Aokas, Tichy, Derguina), nous a permis d'apporter les éléments de réponses à la question de départ et de vérifier nos hypothèses.

La partie théorique nous a permis de développer les prémisses théoriques constituant le fil conducteur de notre travail, et à travers l'analyse des données recueillies sur le terrain, nos résultats nous ont permis de dresser un portrait sur les caractéristiques des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia et celles de leurs entreprises, les motivations qui les ont poussées à la création et les obstacles entravant leur chemin.

C'est sur cette base que nous pouvons avancer les conclusions suivantes : la majorité des femmes entrepreneures de notre échantillon sont à la fois créatrices et gérantes, elles ont un niveau d'instruction secondaire et universitaire. Les entreprises des femmes étudiées sont créées durant les années 2000 et se caractérisent par leur petite et très petite taille (TPE), activant dans le secteur tertiaire et particulièrement dans les créneaux d'activités que sont l'artisanat, le service et le commerce. Cette situation n'est pas spécifique, elle est conforme aux données statistiques relatives aux créneaux d'investissement dominants des femmes, soit au niveau de la wilaya de Bejaia qu'au niveau national, comme on l'a déjà montré dans les chapitres précédents.

Les principales motivations de ces femmes derrière la création de leurs entreprises sont : satisfaction et accomplissement de soi, l'autonomie financière et l'envi d'être indépendante que salariées et enfin l'auto-emploi. Ces motivations proviennent d'un effort de construction en quête d'affirmation de soi dans le milieu familial (et social) et le milieu professionnel. La création de l'entreprise n'est qu'un aboutissement d'une formation et d'une activité professionnelle antérieure.

La majorité des femmes entrepreneures enquêtées souhaite réaliser des objectifs plus ou moins importants tel que, l'élargissement du champ d'activité et la taille de l'entreprise qui est considéré comme un objectif majeur, la bonne réputation et satisfaction des clients. Les femmes ont montré dans l'ensemble durant les entretiens leur volonté d'aller de l'avant, soit en termes de chiffre d'affaires ou en termes d'offre et d'activité.

C'est ainsi qu'on peut affirmer que les motivations personnelles qui se sont construites au fur et à mesure à travers le processus d'apprentissage (formation et études) et le cumul des expériences professionnelles, sont essentielles dans l'engagement d'une bonne partie des femmes dans le projet de création de leurs entreprises. Ceci correspond à la première hypothèse de recherche.

Mais la concrétisation de ces projets a besoin d'un capital de départ qui provient pour la majorité des femmes entrepreneures de l'épargne familiale (parents ou conjoints). Le cadre familial joue un rôle beaucoup plus important par l'accompagnement et le soutien durant la phase de création des entreprises. D'ailleurs, beaucoup d'entre elles ont déclaré n'avoir

CONCLUSION GENERALE

bénéficie d'aucune aide financière de la part des organismes d'Etat d'aide à la création des entreprises. Cette réalité confirme en grande partie la deuxième hypothèse relative au rôle de la famille dans la création des entreprises pour les femmes.

Quant aux obstacles rencontrés lors de la création de leurs propres entreprises, qui sont liés au processus de création lui-même, on a constaté que la majorité des problèmes sont d'ordre financier, suivi par les démarches administratives, le manque de réseaux et de compétences marketing, et parmi les problèmes sociaux, elles ont surtout insisté sur la conciliation entre la vie familiale et la vie professionnelle car la femme porte toujours la plus grande part de responsabilité des soins et du bien être des membres de leur famille.

Pour améliorer le statut des femmes entrepreneures et l'entrepreneuriat féminin en tant que phénomène d'étude, les femmes enquêtées réclament en donnant des propositions dans le but de faciliter leur insertion dans le monde des affaires, tel que :

- Faciliter l'accès au financement en sensibilisant les organismes prêteurs à être plus ouvert ;
- L'Etat doit adapter sa fiscalité à la réalité et à la taille des entreprises ;
- Création d'un environnement favorable aux femmes entrepreneures, permettant à leurs entreprises de démarrer, de se développer et de créer des emplois ;
- Aider les femmes à faire face à leurs multiples rôles, et en particulier celles qui sont marginalisées à fin de créer et de développer leurs entreprises ;
- Les institutions financières doivent adapter leurs critères, leurs instruments de demande et leur approche à la situation des entreprises dirigées par les femmes ;
- Briser les inégalités dans le monde du travail entre les femmes entrepreneures et les hommes entrepreneurs.

Finalement, l'aspect le plus intéressant de ce travail de recherche réside dans le fait que notre étude nous a conduit vers de nouvelles questions de recherche, et au delà des proximités dans les perceptions de la réalité des femmes entrepreneures, fait apparaître le rôle essentiel de la culture entrepreneuriale, et dévoile clairement l'absence de vision entrepreneuriale marquant les comportements des femmes enquêtées. Mais cette question concerne le fait entrepreneurial en tant que fait socio-culturel englobant les entrepreneures dans leur ensemble qu'ils soient des hommes ou des femmes, même si celles-ci sont beaucoup plus touchées en raison de multiples entraves liées au statut et à la place de la femme dans la vie publique en général et le monde des affaires en particulier.

BIBLIOGRAPHIE

Les ouvrages

- ✓ ABDOU. A, BOUYACOUB. A, KHERBACHI. H. « L'entrepreneuriat en Algérie : données de l'enquête GEM 2011 », Alger, janvier, 2013.
- ✓ BOUTILIER. S et FOURNIER. C. Artisanat-modernité réinventée-, L'Harmattan, Paris, 2006.
- ✓ CHARPENTIER P. Organisation et gestion de l'entreprise, Armand Collin, 2004.
- ✓ COLOT Olivier. « La transmission des PME familiale non cotées : Approche de la transmission en Wallonie et impact sur la performance des entreprises ». 2007.
- ✓ COLOT.O, COMBLE. K et LDHARI. J. « Influence des facteurs socio-économiques et culturels sur l'entrepreneuriat ». Académie universitaire Wallonie, Bruxelles, 2004.
- ✓ CONFEDERATION GENERALE DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES. Définition permanente. Service de documentation. France.1983.
- ✓ DARBELET M. et LAUGINIE JM. Economie de l'entreprise appliquée, fascicule 1, Foucher, Paris, 1981.
- ✓ FAYOLLE Alain. « Introduction à l'entrepreneuriat ». DUNOD, Paris, 2005.
- ✓ GENEREUX. J. Economie politique introduction et micro-économie, Hachette, Paris, 1990.
- ✓ GILLET Anne. « Emploi et entrepreneuriat des femmes en Algérie : des dynamiques entre traditions et innovations », in PME, emploi et relations sociales France-Maghreb, sous la direction d'Abdou. A, Bouyacoub.A, Lallment.M, Madoui.M. L'Harmatton, Paris, 2007.
- ✓ HERNANDEZ. EM « Le processus entrepreneurial », Le seuil, Paris, 1999.
- ✓ LEVRATTO Nadine. « Les PME : Définition, rôle économique et politiques publiques ». De Boeck. Paris. 2009.
- ✓ P. A Julien. Qu'est ce qu'une PME ? Six caractéristiques qui permet en fin de les identifier, le devoir, Octobre, 1984.
- ✓ VERSTRAETE.T. Essaie sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, PUF Paris, 2002.
- ✓ WYNARCZYK. The managerial labour market in small and midium-sized enterprises, London routledge, 1993.

Mémoires et thèses

- ✓ ABDERAHMANE Kounta Safiah. « Caractéristiques de l'entrepreneurship féminin au mali ». Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en gestion des organisations, Mcs en Economie, l'Université du Québec à Chicoutimi, 1997.
- ✓ CHOULAK. L, DJAYET. L, « L'identité professionnelle des femmes entrepreneures de la région de Bejaia », mémoire de Master en sociologie de travail et des ressources humaines, Université de Bejaia, 2014.
- ✓ ELAMRY. A. « Financement des PME au Maroc : contraintes et perspectives ». Master spécialisé en audit comptable et financier en environnement international, Toulouse (France), 2007.

- ✓ HIRIGOYEN.G (1984) « contribution à la connaissance des comportements financiers des moyennes entreprises familiales », thèse de doctorat d'état en sciences de gestion, université de Bordeaux.1984.
- ✓ TOUNES Azdine. « 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, Science de gestion, université de rouen, 2003.

Dictionnaires

- ✓ COHEN. E. Dictionnaire de gestion, La Découverte « Repères », 1994.

Articles et revues

- ✓ AKTOUF Omar. « Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et une critique ». HEC, Montréal : les presses de l'université du Québec, 1987.
- ✓ ASSALA, PME en Algérie, de la création à la mondialisation, 8eme CIFEPME, 2006.
- ✓ BENZOHR A. B. « Les structures d'accompagnement et d'appui pour les entrepreneurs : le cas de l'entrepreneuriat en Algérie ». Colloque international : entrepreneuriat et innovation dans les pays en voie de développement, 2005.
- ✓ DANJOU Isabelle, « l'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », revue Française de gestion, N°123, 2002.
- ✓ « Etude des besoins des entrepreneures propriétaires de micro-entreprises privées ou travailleuses autonomes de la ville de Longueuil » Collège condition féminine CLD Longueuil, société Conseil BPS inc, Janvier 2004.
- ✓ FAYOLLE Alain, « du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneuriale : quelques idées et pistes de recherche », CERAG, N°32, Ed : série de recherche, 2002.
- ✓ Gasser.Y, Entrepreneur moderne : attributs et fonctions, Revue Internationale de Gestion, Vol 7, N°4, 1883.
- ✓ LAKHMIRI .A, BENCHEKRON.S. « La fonction financière dans la PME-PMI » revue gestion et société, n°26 Avril 2007.
- ✓ ONS, Communication présentée par : Hassen SOUABER, « Activité féminine en Algérie : réalités et perspectives », 2004.
- ✓ ONS (Office National des Statistiques), « Enquête sur les ménages », 2000.
- ✓ Rapport sur le chômage et l'emploi en Algérie de l'office national des statistiques (ONS), 2001-2011.
- ✓ OCDE, 2^{ème} Conférence des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME). « Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée ». Istanbul, OCDE, 2004.

Sites web

- ✓ <http://www.mdipi.gov.dz/Agence-Nationale-de-Developpement>.
- ✓ <http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/BV-14.pdf>.
- ✓ <http://www.pme-dz.com/tag/pme/>.
- ✓ http://www.eldjazaircom.dz/index.php?id_rubrique=221&id_article=1644.

ANNEXES

Annexe n°01

Université Abderrahmane Mira-Bejaia

Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales

Département des Sciences Economies

Option : Management Economique des Territoires et entrepreneuriat

Questionnaire de recherche

destiné aux

**Femmes créatrices d'entreprise dans la wilaya de
Bejaia**

Dans le cadre de la réalisation d'une étude sur « les femmes créatrices des entreprises » pour l'obtention du diplôme de Master en Management Economique des Territoires et Entrepreneuriat, à l'université Abderrahmane MIRA de Bejaia, nous sollicitons votre contribution en répondant aux questions du présent questionnaire avec précision.

Nous vous assurons d'avance, que les informations que vous nous fournirez, ne seront utilisées que pour des fins scientifiques dans le cadre global et anonyme de la recherche.

Nous vous remercions d'avance de votre coopération.

Avril 2015

D) Identification de la femme entrepreneure

- 1) Age
- 2) Etat matrimonial

	célibataire	Mariée	Divorcée	Veuve
A la création				
Actuellement				

« Si mariée », quelle est l'activité professionnelle du conjoint ?

.....

- 3) Nombre d'enfants à charge ?

A la création	
Actuellement	

- 4) Niveau d'instruction ?

Non scolarisée	Primaire	Moyen	Secondaire	Universitaire

- 5) Avez- vous effectué une formation professionnelle ?

Oui Non

« Si oui », dans quel domaine/filière ?

.....

- 6) Diplôme(s) obtenu(s) ?.....

.....

- 7) Activité professionnelle antérieure ?

- Fonctionnaire
- Enseignante
- Cadre dans une entreprise
- Autre

Précisez.....

- 8) Profession du père ?.....

- 9) Profession de la mère ?.....

- 10) Quelle sont les fonctions que vous exercez actuellement aqu sein de l'entreprise ?

.....

II) Identification de l'entreprise

11) Année de création de votre entreprise ?.....

12) Le siège social de l'entreprise ?.....

13) Activité de l'entreprise ?.....

14) Pour quelle raison avez-vous choisi d'investir dans ce créneau d'activité ?

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

15) Nature de l'entreprise ?

- Individuelle
- Familiale
- En association

16) Localisation de l'entreprise ?.....

17) Effectif de votre entreprise ?, Dont personnel féminin ?

18) Quel type de relation avez-vous avec vos salariés ?

- Familiales
- Voisinages
- Amicales
- Autre Précisez.....

19) Estimation du chiffre d'affaire annuel ?

- (-) De 500.000 DA
- 500.000 -1000.000 DA
- 1000.000 -2000.000DA
- (+) De 2000.000 DA

III) Processus et obstacles de création de l'entreprise

20) Comment avez-vous l'idée de créer votre entreprise ?

.....
.....

21) Comment vous avez procédé de lancer votre projet ?

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

22) Avez-vous bénéficié d'une aide lors de la création de l'entreprise ?

Oui Non

22-1) Si « oui » quelle est sa nature ?

- Financière
- Etablissement locale
- Relationnelle
- Autre Précisez.....

23) De la part de qui ?

- Organisme administratif public (ANSEJ et autre)
- Agence bancaire
- Aide Familiale
- Autre Précisez.....

24) Si vous avez bénéficié d'une aide bancaire, quelle garantie avez-vous donnée ?

- Garanties personnelles
- Caution du conjoint
- Caution des parents
- Caution d'un ami(e), d'un associé(e)
- Autre Précisez.....

25) Avez-vous rencontré des obstacles lors de la création de votre entreprise ?

Oui Non

Si « oui », précisez leur nature ?.....
.....

IV) Motivations et objectifs de la création de l'entreprise

26) Quelles sont les principales motivations qui vous ont conduit à créer cette entreprise ?.....
.....
.....

27) Quels sont les objectifs que vous avez fixés pour votre entreprise à l'avenir ?.....
.....
.....

28) Quelles sont les valeurs centrales de votre entreprise ?.....
.....
.....

29) Quel est l'étendue du champ d'activité de votre entreprise ?

- Communal
- Wilaya
- Régional
- National

V) Statut et rôle de la femme entrepreneure

30) A qui demandez-vous généralement conseil quand vous rencontrez les problèmes dans le fonctionnement de votre entreprise ?

- Concernant les problèmes internes de l'entreprise

.....
.....

- Concernant les problèmes externes de l'entreprise

.....
.....

31) Qui s'occupe généralement de la comptabilité de votre entreprise ?.....

.....

32) Comment jugez-vous vos relations avec :

- Les salariés (hommes).....
- Les salariées (femmes).....
- Les fournisseurs.....
- Les clients.....

33) Qu'est ce qui peut vous empêcher de continuer à travailler ?.....

.....

34) Comment jugez-vous votre statut de femme dans votre famille ?

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

VI) Opinions générales et suggestions

35) Quels sont les secteurs ou la femme peut mieux réussir ? (justifier) :

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

36) A votre avis, quel est le rôle des femmes entrepreneures dans le développement local :

Son rôle économique :

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

Son rôle social (la famille):

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

37) Qu'est ce qui caractérise la femme entrepreneure par rapport à l'homme ?

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

38) Quelles mesures proposez-vous pour améliorer le statut et le rôle des femmes entrepreneures en Algérie ?

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

Nous vous remercions d'avance de votre coopération.

RESUME

L'entrepreneuriat féminin est devenu objet de recherche attractif des chercheurs en sciences humaines en général et en sciences économiques en particulier afin de comprendre l'émergence de la femme entrepreneure en tant qu'acteur socio-économique du développement qui témoigne des mutations des structures sociales et économiques traditionnelles particulièrement dans les sociétés en voie de développement comme l'Algérie, qui ont besoin de débloquer les énergies et de mobiliser l'ensemble des ressources aussi bien masculines que féminines pour réaliser un saut qualitatif sur la voie du progrès.

La présente étude a pour objectif d'analyser les motivations des femmes entrepreneures qui sont derrière l'acte de créer des entreprises. Pour ce faire on a suivi une méthode quantitative en réalisant une enquête par le moyen du questionnaire auprès d'une centaine de femmes entrepreneures dans la région de Bejaia.

L'étude a montré que, les attitudes sociétales empêchent certaines femmes de même envisager la création d'entreprises, tandis que les obstacles systémiques font que de nombreuses femmes entrepreneures restent confinées à de très petites entreprises, ce qui fait, plus l'entreprise est grande moins elle est susceptible d'être dirigées par une femme. Cette situation non seulement limite leur capacité de gagner un revenu pour elles mêmes et leurs familles, mais restreint également leur vrai potentiel de contribuer au développement socio-économique.

Les mots clés : Entreprise, entrepreneuriat, entrepreneure, motivation.

ABSTRACT

Female entrepreneurship has become attractive research object of human science researchers in general and economics in particular to understand the emergence of the woman entrepreneur as socioeconomic development actor reflecting the changes in social structures Traditional economic and particularly in developing societies like Algeria, who need to unlock the energy and mobilize all of both male and female resources to achieve a qualitative leap in the way of progress.

This study aims to analyze the motivations of women entrepreneurs who are behind the act of creating businesses. To do a quantitative method was followed by performing a survey by means of questionnaire to a hundred women entrepreneurs in the region of Bejaia.

The study showed that societal attitudes prevent some women even consider entrepreneurship, while systemic barriers mean that many women entrepreneurs are confined to very small businesses, making it more now is great less likely it is to be headed by women. This not only limits their ability to earn an income for themselves and their families, but also restricts their true potential to contribute to socio-economic development.

Key words: Enterprise, entrepreneurship, entrepreneur, motivation.