



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA BEJAIA

Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Département des sciences de gestion

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master en Science de gestion

Option : Entrepreneuriat

Thème

L'entrepreneuriat féminin : obstacles et opportunités cas de la wilaya de Bejaïa

Réalisé par : Encadré par :

• ADNANI Katia

Mr. ADJOUT Samir

• BENNACER Yasmine

Devant le Jury composé de

Président : Kennouche S

Examineur : Bouhali H

Rapporteur ; Mr. ADJOUT Samir

Promotion : 2023/2024

Remerciements

C'est avec un réel plaisir que nous réservons ces lignes en signe de gratitude et de profonde reconnaissance à tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation et à l'aboutissement de ce travail et toutes les personnes qui sont présentes autour de nous à ce moment.

Avant tout, nous remercions Dieu tout puissant, maître des cieux et de la terre, qui nous a permis de mener à bien ce travail.

Nous tenons à remercier en premier lieu notre encadreur Mr Adjout pour avoir accepté de nous encadrer et ses précieux conseils qui nous ont menés à bien ce travail.

Nous exprimons également nos remerciements aux femme entrepreneures qui ont collaboré à ce travail en répondant soigneusement à nos questions, et qui nous ont accordé de leur temps.

Nous remercions ainsi toute personne ayant contribué de près et de loin à la réalisation de notre travail

Dédicace

Tout d'abord, je tiens à remercier DIEU

De m'avoir donné la force et le courage de mener

À bien ce modeste travail.

Je tiens à dédier cet humble travail à :

A ma tendre mère FATIHA et mon très cher père YAHIA

A mes frères : ADEL, AYESSEM

A mon binôme : yasmine

A mes meilleurs amis : chanez, lilya, Saïda

Et a tout ceux qui m'aiment et que j'aime

Katia

Dédicace

Je ne trouve aucun mot ou expression, qui vont exprimer mes vifs sentiments de gratitude et Remerciements

Je dédie ce travail :

A mon cher père qui nous a quitté, tu es si vivant dans nos cœurs et nos esprits, que Dieu vous

Accueille dans son paradis

A ma très chère mère pour sa tendresse, sa disponibilité et ses sacrifices durant toutes mes

Années d'étude et pour m'avoir donné la volonté la patience et le courage nécessaire pour

Mener ce modeste travail à bout. J'espère avoir répondu aux espoirs que vous avez fondés en

Moi et réalisé aujourd'hui l'un de vos rêves, je te remercie infiniment.

Je t'aime maman

A tous les membres de ma famille en particulier ma sœur Melissa qui m'ont tous soutenu et

Encouragé dans mes études, J'implore Dieu qu'il vous apporte bonheur, et vous aide à réaliser Tous vos vœux

A mon neveux Abd Rahim, vous êtes une bénédiction de Dieu pour nous tous et nous sommes

Heureux de vous avoir parmi nous. Que Dieu vous protège,

A tous mes enseignants tout au long de mes études. Avec toute mon estime, affection et

Respect, je vous souhaite santé, bonheur et prospérité

A ma belle amie qui est ma sœur et ma sœur Hanane, je t'aime et j'apprécie ta joyeuse

Présence dans ma vie que dieu vous garde dans ma vie, mes plus belles sœurs et amies les

Plus proches. Merci d'avoir été là pendant toutes mes journées difficiles et d'avoir Cru que j'étais fort.

A mes aîmés sans exception, et spécialement mes copines : Melissa, Chanez , Ouazna ,Salima ,Thira,..... Vous êtes mes bonnes amies, inoubliables

A ma chère binôme Katia et sa famille

yasmine

Liste des abréviations

ADIE : Association Pour Le Droit A L'initiative Economique

A.G.I : Autorisation Globales D'importation

ANADE : Agence National D'appui Et De Développement De l'Entrepreneuriat

ANDI: Agence Nationale De Développement Des Investissements

ADIE :L'Association pour le droit à l'initiative économique

ANGEM: Agence Nationale De Gestion Du Microcrédit

ANSEJ: Agence Nationale De Soutien Et De L'emploi De Jeune

BTP: Bâtiments Et Travaux Publics

CGCI-PME : Caisse De Garantie Des Crédits D'investissements - PME,

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

CNI : Commission Nationale Des Investissements

CNRC : Centre National De Registre De Commerce

FGAR : Fonds De Garantie Des Crédits A La PME

FMI : Fonds Monétaire International

KPMG :Klynveld Peat Marwick Goerdeler)

ME : Moyenne Entreprise

OCDE : Organisation De Coopération Et De Développement Economique.

OSCIP :Organização Da Sociedade Civil De Interesse Público

PE : Petite Entreprise

Pme : Petite Et Moyenne Entrepris

PMI : Petite Et Moyenne Industrielle

TPE : Très Petite Entreprise

TPI : Threads Per Inches

Sommaire

Introduction générale..... 1

CHAPITRE I

Cadre théorique entrepreneuriat féminin

Introduction 5
Section 01 : Compréhension de l'entrepreneuriat 5
Section 02 : généralités sur l'entrepreneuriat féminin..... 14
Conclusion..... 25

CHAPITRE II

Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Introduction 27
Section 01 : Le secteur de la PME en Algérie 27
Section02 : Aperçu sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie..... 37
Conclusion..... 49

CHAPITRE III

l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin

Introduction 52
Section 01 : La démarche méthodologique de l'enquête de terrain :..... 52
Section 02 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête 54
Conclusion générale 69

Bibliographie

Liste des tableaux

Tableau N°01: Typologie des PME/PMI.	32
Tableau N°02 : Quelques caractéristiques des PME algériennes (Situation au 31/12/2021)...	35
Tableau N°03: Évolution des PME en Algérie [2005-2008]	35
Tableau N°04 : Créations de PME dans le cadre des dispositifs d'aide.....	38
Tableau N°05: Répartitions des Projets financés au profit des femmes (2015-2021)	39
Tableau N°06: Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2021) ...	40
Tableau N°08 : Répartitions des Crédits octroyés par type de financement (Cumul de 2005 au, 31/12/2019, 31/12/2020), 31/12/2021).....	45
Tableau N° 09: Les crédits octroyés par secteur d'activité :	46
Tableau N°10: Nombre d'enfants à charge	56
Tableau N°11 : Type de soutien.....	59
Tableau N°12 : Secteur d'activité de l'entreprise	59
Tableau N°13: Année de création de l'entreprise	60
Tableau N°14 : Objectifs entrepreneuriaux des femmes enquêtées.	61
Tableau N°15 : Source de motivation des femmes entrepreneurs.....	63
Tableau N°16: Obstacles dans l'aventure entrepreneuriale chez les femmes enquêtées	65
Tableau N°17 : Présentation de l'aperçu des perceptions des femmes sur l'entrepreneuriat ...	66

Liste des figures

Figure N°01 : Les dix compétences de l'entrepreneur	12
Figure N°02 : Les principales composantes de la PME (%) à la fin de l'année 2009	37
Figure N° 03: Répartition des crédits octroyés par genre en 2021.....	44
Figure N°04 : Evolution du nombre des opérateurs inscrits au CNRC, par sexe (En millier). 47	
Figure N°05: Répartition du Nombre de Commerçants PAR genre et PAR Classe d'Âge A Fin	48
Figure N°06: L'âge des femmes entrepreneures à la création.	55
Figure N°07 : La situation familiale des femmes lors de la création de leur entreprise.	56
Figure N°08 : Niveau d'instruction des femmes entrepreneurs enquêtées.	57
Figure N°09 : Expérience professionnelle antérieure des femmes enquêtées.....	58
Figure N°10 : Mode de financement de l'entreprise.	61
Figure N°11 : Idée de création de l'entreprise.	62
Figure N°12 : Raison de la création de l'entreprise.	64

Introduction générale

Introduction

L'entrepreneuriat occupe une place centrale dans le tissu économique mondial en jouant le rôle d'un moteur de développement, d'innovation. Les entrepreneurs ont un rôle essentiel dans la génération de richesses, la création d'emplois et la promotion de l'innovation à l'échelle mondiale. Les initiatives entrepreneuriales se manifestent sous différentes formes et secteurs, allant des start-ups technologiques aux entreprises familiales en passant par l'entrepreneuriat social et environnemental. Cependant, bien que l'entrepreneuriat soit essentiel, il n'est pas toujours accessible de manière équitable à tous les individus. Il existe encore des inégalités, en particulier en ce qui concerne la participation des femmes dans le milieu entrepreneurial. Alors la place des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat est de plus en plus importante dans le contexte économique mondial. Si leur implication dans l'entrepreneuriat est en constante évolution, elle reste inférieure à son potentiel total. Le rapport 2022/2023 du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sur l'entrepreneuriat des femmes, intitulé « Remettre en question les préjugés et les stéréotypes », offre un aperçu détaillé de la dynamique entrepreneuriale féminine à l'échelle mondiale. Les données révèlent que les femmes représentent désormais deux entrepreneurs en démarrage sur cinq dans le monde, une progression significative qui reflète une participation croissante au tissu économique mondial. Cependant, malgré cette tendance positive, les taux de création d'entreprise chez les femmes ont subi une baisse de 15 % entre 2019 et 2020, bien qu'ils soient restés constants en 2021. Le rapport souligne également que les femmes occupent une place essentielle dans le secteur de l'entrepreneuriat et de l'innovation, représentant environ un entrepreneur sur trois dans ces catégories, aussi bien sur les marchés nationaux que mondiaux. Cependant, l'incidence de la pandémie sur les entrepreneurs masculins et féminins a été significative, mettant en évidence les défis spécifiques auxquels font face les femmes entrepreneures¹.

Les femmes avaient davantage de chances que les hommes d'être indépendants. Parmi les résultats présentés dans le récent rapport GEM 2022/2023 sur l'entrepreneuriat féminin. Dans le monde entier, une femme sur six a exprimé son intention de fonder une entreprise dans un avenir proche. Ils ont constaté que les pays à faible revenu ont les taux d'intention entrepreneuriale les plus élevés, avec environ 28 % des femmes qui ont déclaré leur intention de fonder une entreprise.

¹Pimpa, N. (2021, December). Overcoming gender gaps in entrepreneurship education and training. In *Frontiers in Education* (Vol. 6, p. 774876). Frontiers Media SA.

L'entrepreneuriat féminin est un domaine en constante évolution et varié qui comprend une multitude d'activités économiques et de modèles commerciaux. En ce qui concerne les domaines d'activité, les femmes entrepreneurs se trouvent dans une variété de secteurs, allant des services professionnels aux industries créatives, en passant par l'éducation, la santé, la technologie et bien d'autres². Les femmes entrepreneurs sont souvent liées à des petites entreprises, au niveau local ou régional, mais elles sont aussi de plus en plus engagées dans la création et gérer des startups avec un fort potentiel de développement et d'influence. La variété des domaines d'activité et des tailles d'entreprises démontre la souplesse et l'innovation des femmes entrepreneurs, ainsi que leur aptitude à s'ajuster aux évolutions du marché et à saisir de nouvelles opportunités de développement.

L'entrepreneuriat féminin est une situation complexe qui varie considérablement en fonction des contextes socio-économiques et culturels propres à chaque pays. Les femmes qui entreprennent en Algérie font face à de nombreux défis et à des opportunités uniques. Selon les dernières données de l'Indice Mastercard de l'entrepreneuriat des féminins (MIWE) 2019, seulement 7,3% des entreprises en Algérie sont détenues par des femmes. Le pourcentage de femmes qui possèdent des entreprises en Algérie est parmi les plus bas à l'échelle mondiale³. Il existe plusieurs raisons pour lesquelles les femmes sont sous-représentées dans l'entrepreneuriat, telles que des obstacles culturels et sociaux, des limitations financières, un accès restreint aux ressources et aux réseaux, ainsi que des difficultés à concilier vie professionnelle et vie privée. Néanmoins, malgré ces difficultés, les femmes qui entreprennent en Algérie font preuve d'une résilience et d'une volonté exceptionnelles. Il y en a dans différents domaines d'activité, de l'artisanat et du commerce de détail à l'industrie et aux services professionnels. En outre, de nombreux projets gouvernementaux et non gouvernementaux ont pour objectif de soutenir et de faire la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, en proposant un soutien financier, une formation, un mentorat et d'autres ressources aux femmes qui entreprennent.

Le présent travail vise un double objectif. Il s'agit d'abord d'analyser la place et l'évolution des femmes dans le paysage entrepreneurial au niveau national. Il vise également à cerner les principales caractéristiques d'un échantillon de femmes entrepreneures, qui exercent au niveau de la wilaya de Bejaia. Sur ce dernier aspect, nous mettons un accent particulier sur

² Madoui Mohamed et Anne Gillet (2005). « Crise et mutation du modèle de développement Algérienne, du gigantisme industrielle au développement de PME/PMI ». In : international travail et emploi n°101.

³<https://www.algerie-eco.com/2019/11/20/femmes-entrepreneurs-taux-tres-faible-73-algerie/> consulté le 09/06 à 02:00

les motivations de ces femmes à s'orienter vers la création d'entreprises, et recenser les principaux facteurs qui les entravent dans leurs démarches entrepreneuriales.

À ce titre, nous avons formulé une question principale à laquelle nous tenterons de répondre dans notre étude : Qu'elles sont les facteurs qui motivent et qui inhibent les femmes entrepreneures, au niveau de la wilaya de Bejaia ?

Pour une meilleure orientation de notre travail, nous avons formulé trois hypothèses, que nous testerons auprès des femmes entrepreneures ayant participé à notre étude.

H1 : Les femmes niveau de la wilaya de Bejaia s'orientent vers l'entrepreneuriat par opportunité, créant des entreprises qui constitue un choix professionnel forcé.

H2 : Les femmes entrepreneures au niveau de la wilaya de Bejaia font face à des obstacles spécifiques dans leurs aventures entrepreneuriales.

Organisation du document

Le présent travail est structuré en trois chapitres

Le premier chapitre sera consacré au cadre théorique de l'entrepreneuriat féminin dans la 1ère section nous allons présenter une compréhension de l'entrepreneuriat. La 2^{ème} section, sera consacrée pour la présentation des généralités sur l'entrepreneuriat féminin

Le deuxième chapitre présent le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin on va parler sur le secteur de la PME en Algérie dans 1^{ère} section par la suit Les dispositifs d'appui et d'accompagnement à la création des entreprises en Algérie dans la 2^{ème} section.

Le troisième chapitre aborde l'étude de terrain à Bejaia avec les obstacles et les opportunités. Nous allons présenter notre étude de cas, Ce chapitre est divisé en deux sections. La 1^{ère} section, a pour but de présenter la méthodologie et l'objectif de notre recherche, la 2^{ème} section, a pour objectif d'analyser et d'extraire les résultats de notre recherche.

CHAPITRE I : Cadre théorique de l'entrepreneuriat féminin

Introduction

L'entrepreneuriat apparaît comme un phénomène indispensable dans l'économie contemporaine. Il joue un rôle clé dans la génération d'emplois, la croissance économique et l'innovation. L'entrepreneuriat féminin est devenu une réalité incontournable, son évolution à travers le monde se confirme de plus en plus et ses spécificités ne cessent de susciter l'intérêt de la communauté scientifique.

Section 01 : Compréhension de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat, c'est vraiment important pour l'économie et le progrès social. Ça consiste à créer et développer des entreprises⁴. Elle consiste à établir et gérer une nouvelle entreprise. Cela nécessite de repérer des opportunités, de prendre des risques, de Mobiliser des ressources et de mettre en place des stratégies afin de transformer une idée en une entreprise florissante. Les entrepreneurs sont des personnes qui repèrent des occasions commerciales, élaborent des idées novatrices et prennent des mesures pour les mettre en œuvre. Dans cette section se pose les bases conceptuelles en définissant l'entrepreneuriat et en explorant les traits et compétences clés des entrepreneurs. Une attention particulière est portée à la dimension générée de l'entrepreneuriat.

1.1. Généralités sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène complexe et multidimensionnel, Ces caractéristiques s'expliquent par la très grande diversité observable dans les situations entrepreneuriales et dans les créations d'entreprise⁵.

1.1.1. Définition de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur :**1.1.1.1. L'entrepreneuriat :**

L'entrepreneuriat, C'est prendre des mesures, Posséder le courage de se lancer, d'explorer des Idées et de les concrétiser. Il s'agit de diriger son propre projet et de prendre la décision de son avenir⁶.ce concept est excessivement vaste pour être défini de manière précise. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est un terme couramment employé par presque tout le monde⁷, il fait référence

⁴Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2010). *Entrepreneurship* (9th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin

⁵Fayolle, A. (2008). *Entrepreneuriat: Apprendre à entreprendre*, édition Dunod

⁶<https://fr.wikipedia.org/wiki/Entrepreneuriat#Entrepreneuriat> consulté le 24/04

⁷Tijari, K., & SMOUNI, R. (2023). *Entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes: quelle réalité en Afrique?*. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 4(1-1), 307-321.

à la "fonction de créateur d'entreprise d'une personne". Il est principalement utilisé pour désigner la création d'entreprise elle-même, en étendant son sens⁸.

Selon, Frank Knight (1967) et Peter Drucker (1970), L'entrepreneuriat implique la prise de risques, L'idée et le concept d'entrepreneuriat ne sont ni ne connus ni clair le mot « entrepreneuriat » est polysémique, il comporte autre significations il peut signifier des aptitudes comme l'autonomie la création la prise de risque⁹.

Selon Verstraete « Le phénomène de l'entrepreneuriat est trop complexe pour être réduit à une définition simple, sa compréhension nécessitant une modélisation. Il est impossible de définir ses frontières sémantiques de manière stricte et univoque en raison de cette complexité »¹⁰.

L'entrepreneuriat, c'est un processus dynamique où on crée une nouvelle entreprise ou une nouvelle activité économique. Dans les années 1990, les chercheurs ont commencé à définir les entrepreneurs par ce qu'ils font, leurs actions et leurs comportements, plutôt que par leurs traits personnels C'est ce qu'on appelle l'approche comportementaliste a ainsi vu le jour. Ils disent que les compétences sont les meilleurs indicateurs de la réussite des entrepreneurs¹¹.

1.1.1.2. Entrepreneur :

Aujourd'hui, on attend des entrepreneurs de transformer le monde et de trouver des solutions à des problèmes. En développant un produit innovant, en proposant des solutions pour mieux vivre et en favorisant des transformations sociales, on peut définir L'entrepreneur comme une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise risquée¹². Dans la théorie de l'évolution économique, Timmons et Schumpeter livrent leur conception de l'entrepreneur .

Timmons (1994), le définit (entrepreneur) comme « quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion ». L'entrepreneuriat conduit à une « destruction créatrice » dans les marchés et les secteurs de l'économie parce que de nouveaux produits et modèles économiques arrivent et remplacent les

⁸ Lemaire, N., & Van Campenhoudt, M. (2008). Détection et classification de néologismes: une expérience didactique.s

⁹ Randerson 1, K., & Fayolle 2, A. (2010). Management et orientation entrepreneuriale: deux concepts si différents?. Revue management et avenir, P 9

¹⁰ Adane, C., & Mehal, Z. (2022). *La Finance Entrepreneuriale et la création des PME: Cas du dispositif de l'ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou* (Doctoral dissertation, Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou).

¹¹ Omrane, A., Fayolle, A., & Zeribi-BenSlimane, O. (2011). Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial: une approche dynamique. La Revue des Sciences de Gestion, (5), 91-100.

¹² L'ENTREPRENEURIAT EN 2023 : DÉFINITION ET INSPIRATIONS .ARTICLE par Audrey Liberge 09/01/2023 consulté le 24/04

anciens. Ainsi, la destruction créatrice est à l'origine du dynamisme industriel et de la croissance à long terme¹³.

D'après Schumpeter (1950), un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention en une innovation réussie ; l'entrepreneur est celui qui a mis en œuvre l'exécution, même s'il n'est pas nécessairement le propriétaire de tous les moyens, ni le découvreur ou l'inventeur des nouvelles combinaisons. des moyens mis en œuvre, ni le découvreur ou l'inventeur des nouvelles combinaisons, et sans que l'exécution soit forcément réalisée au sein de ce qu'on appelle une firme. En exécutant une nouvelle combinaison, l'entrepreneur génère une valeur dont il tire son profit, principalement lorsqu'il est le premier dans cette exécution¹⁴.

Donc ils considèrent l'entrepreneur comme un être humain possédant se propre différentes qualifications : preneur de risques, innovant, bon manager, bon homme d'affaires, etc., sans pour autant distinguer les caractéristiques propres aux femmes¹⁵, dans la mesure où les individus se comportent différemment selon le genre, leur environnement socio-culturel ou leur éducation.

L'entrepreneur, dans cette situation, il se présente comme une personne, qui est perçue comme l'acteur essentiel de l'esprit d'entreprise; « L'esprit d'entreprises est une notion qui désigne les personnes, les décisions et les mesures prises pour lancer, reprendre ou gérer une entreprise. Cependant, l'esprit d'entreprise se développe, et est « mis en scène » par un acteur qui est l'entrepreneur. Selon nous serait considérée comme « entrepreneur » toute personne animée de l'esprit d'entreprise. Telle était, par exemple, la position défendue par Drucker¹⁶.

1.1.2. Les différentes formes d'entrepreneuriat :

L'entrepreneuriat est un domaine large et diversifié, offrant une multitude de possibilités aux personnes souhaitant créer leur propre entreprise, elle peut se manifester sous différentes formes¹⁷, notamment :

¹³Assoumou Menye, O., & Guetsop Sateu, F. A. (2017). L'entrepreneuriat féminin au Cameroun: enjeux et perspectives. *Revue congolaise de gestion*, 24(2), 11-42.

¹⁴verstraete.t. essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, puf paris, 2002, p.48.

¹⁵Y. Nicolas (sous sa direction), « Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiatives et engagements français en matière de genre et développement », Rapport de la Direction générale de la coopération internationale et du développement, décembre 2006, p 27

¹⁶Leghima, A., & Djema, H. (2014). PME et innovation en Algérie: limites et perspectives. *Marché et organisations*, (1),

¹⁷Tijari, K., & SMOUNI, R. (2023). Entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes: quelle réalité en Afrique?. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 4(1-1)

1.1.2.1. La création d'entreprise :

L'entrepreneuriat est un processus qui présente une grande diversité. Cela est dû à la diversité des différentes formes d'entreprises créées et à la diversité des entrepreneurs (artisanat, petit commerce, profession libérale...) ; ceux qui développent une équipe ambitieuse (du petit sous-traitant à l'entreprise industrielle) ; ceux qui inventent et innovent ; ceux qui prennent une idée ailleurs et la développent. Dans une perspective pédagogique, il est envisageable de différencier quelques situations caractéristiques et d'en mettre en évidence les principales conséquences en termes de profil d'individu.

- ✓ **La création ex nihilo** : Ex nihilo est une expression latine signifiant « à partir rien ». Créer une entreprise avec rien n'est pas une tâche facile. Il est nécessaire dépasser du temps à établir votre produit sur le marché, à convaincre les utilisateurs et les chercheurs. D'autant plus que le niveau d'innovation sera élevé¹⁸. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. D'autre part, il est essentiel d'évaluer attentivement les risques¹⁹
- ✓ **La création par essaimage** : La création d'une entreprise est sans doute plus simple lorsque l'on est employé et avec l'assistance de son entreprise. Des mesures et des dispositifs sont mis en place par les grandes entreprises pour encourager et soutenir leurs employés dans leur initiative de création d'entreprise. Il existe une grande diversité de projets qui présagent sur la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature à réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.
- ✓ **La création en franchise** : Elle crée un lien entre une entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette méthode et un franchisé qui souhaite créer une entreprise en utilisant une formule basée sur un concept déjà utilisé ailleurs. Ce genre de production implique, d'une certaine manière, de reproduire un fonctionnement qui existe dans un espace géographique spécifique. La mise en place d'une franchise offre également un soutien considérable, mais payant, de la part du franchiseur. Son utilisation peut aider ceux

¹⁸<https://www.studocu.com/row/document/universite-moulay-ismail/cours-economie/connaissance-de-lentrepreneuriat-et-de-ses-formes>, consulté 25/04 à 13:30

¹⁹https://www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Chapitre_1_module_1.pdf, consulter le 25/04

qui ne possèdent pas d'idées originales ou qui ne sont pas capables d'innover à atteindre leur objectif de création d'entreprise.

- ✓ **La création de filiale :** Dans cette situation, l'entrepreneur opère au nom d'une entreprise existante qui lui confie un projet entrepreneurial. Les risques personnels sont extrêmement restreints et les exigences matérielles sont celles d'un cadre ou d'un dirigeant. Cette situation peut convenir, à condition de pouvoir y accéder, Pour celui qui souhaite lancer une entreprise mais qui refuse de le faire en raison de la crainte des risques et de ne pas remettre en question sa situation personnelle et familiale.
- ✓ **La création d'activité nouvelle :** Elle crée un lien entre une entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette méthode et un franchisé qui souhaite créer une entreprise en utilisant une formule basée sur un concept déjà utilisé ailleurs. D'une certaine façon, ce type de production consiste à reproduire un fonctionnement qui existe dans un espace géographique donné. La création d'une franchise permet également d'obtenir un soutien important, mais payant, du franchiseur. Sa mise en œuvre peut être bénéfique pour ceux qui manquent d'idées originales ou qui ne sont pas en mesure d'innover pour atteindre leur but de création d'entreprise.

1.1.2.2. La reprise d'entreprise :

Les acquisitions d'entreprises dont l'activité n'a pas été poursuivie. Autrement dit, les renouvellements se produisent lorsque la localisation ou l'activité évoluent. On les qualifie de créations (25 % des reprises)²⁰. Elle se distingue par sa taille par rapport à la création d'entreprise. L'organisation existe, il n'est pas nécessaire de la créer. En cas d'existence, on peut donc s'appuyer sur des informations qui la concernent dans son état actuel, son passé, sa structure et son fonctionnement.

Dans ces conditions, de manière générale, l'incertitude est moins importante et les niveaux de risque sont nettement plus bas. La reprise peut être réalisée soit par un individu pour son propre compte, soit par une entreprise déjà existante, de même que la création d'entreprise²¹.

- **La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé :** La principale difficulté est sans doute d'obtenir à temps l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Par la

²⁰Fayolle, A. (2008). *Entrepreneuriat: Apprendre à entreprendre*, édition Dunod.p16

²¹quelles-sont-les-différentes-formes-d'entrepreneuriat <https://www.esam-ecoles.com/blogs/>

suite, il est primordial d'avoir des ressources financières importantes, car les coûts de ces entreprises peuvent être élevés. Il faut aussi posséder des compétences générales solides et une expérience de gestion réussie. Il est crucial de ne pas consacrer une quantité excessive de temps à l'acquisition des compétences en tant que dirigeant d'entreprise.

- **La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté :** Dans le cas où les problèmes sont signalés (comme dans le cas de l'entreprise en redressement judiciaire), il est essentiel de comprendre le cadre juridique de la reprise d'une entreprise en difficulté. Avoir des relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît également comme une condition importante. Si le prix d'acquisition de ces entreprises est sans commune mesure avec celui des entreprises en bonne santé, il ne faut jamais perdre de vue que ces structures nécessitent généralement une très forte recapitalisation financière. Reprendre une entreprise en difficulté nécessite également une bonne connaissance et probablement une expérience des situations de crise. Il est essentiel de rétablir rapidement la confiance à tous les niveaux : au niveau du personnel, des clients, des fournisseurs, des partenaires et des autres parties prenantes.²².

1.1.2.3. L'entrepreneuriat organisationnel :

Il existe de nombreuses situations d'entrepreneuriat organisationnel et elles sont également très diverses. Ce qui se dégage, comme point commun, c'est qu'il est envisageable d'entreprendre, pour une personne, sans qu'il y ait une prise excessive de risques personnels et sans perte ou modification profonde d'un statut social. Ces circonstances peuvent favoriser un apprentissage progressif du métier d'entrepreneur.

1.2. Traits et compétences de l'entrepreneur

Les entrepreneurs possèdent une multitude de qualités et de compétences essentielles qui leur permettent de réussir en tant qu'entrepreneur.

1.2.1. Caractéristiques essentielles d'un entrepreneur :

Innovateur: « Le monde ne serait toujours qu'une idée sans les entrepreneurs », cela implique de nouvelles idées et le développement des compétences pour créer de nouvelles combinaisons plus rapidement et mieux que les concurrents²³.

²²Fayolle, A. (2012). *Entrepreneuriat-2e ed.: Apprendre à entreprendre*. Dunod.

²³Benlakehal, N., & Nassira, A. L'ENTREPRENEURIAT: ENTRE OPPORTUNITES ET DEFIS ETUDE DE CAS MAISON ENTREPRENEURIAT DU CENTRE UNIVERSITAIRE DE TIPAZA ENTEPRENEURSHIP:

- **Créateur de valeur** : Il est perçu comme un atout de richesses et d'emplois pour la nation. De nombreuses études empiriques ont mis en évidence les liens solides entre les activités entrepreneuriales et la croissance économique.
- **Opportuniste**: Dans l'exploration d'opportunités ou de nouveautés afin de mieux répondre au marché ou d'explorer un nouveau marché. La capture des opportunités est souvent le résultat d'une recherche plus ou moins explicite d'informations.
- **Forte confiance en lui**: Ils sont par définition optimiste et croit en sa « bonne étoile » Si vous n'avez pas confiance en vous et en vos idées, personne ne vous aidera à réussir votre projet.²⁴
- **Ingénieux**: Qui sait mettre en place de manière astucieuse les ressources (qui sont principalement limitées) et met tout en œuvre pour développer et commercialiser son produit innovant.
- **Indépendant**: Il est difficile pour lui de se soumettre à l'autorité, d'ailleurs il préfère gagner moins tout en étant son sujet « propre chef ».
- **Joueur**: Sujet à des intuitions, il apprécie les défis pour les défis. L'entrepreneur est un aventurier qui agit dans un environnement d'incertitude. Il se distingue par son esprit particulier car il prend des risques économiques, financiers et commerciaux.
- **Motivé** : Par un besoin débordant de réalisations, ou le profit permet de compenser les premiers couts voire de financer le succès²⁵.
- **L'entrepreneur est un preneur de risque** : Au sein du système économique, l'entrepreneur occupe une position cruciale. On peut le comparer à un « risk-taker /risk-manager » d'après Cantillon²⁶, Say et Knight. Selon Cantillon, l'entrepreneur supporte les risques liés aux contraintes du marché et aux fluctuations des prix, car il fait des acquisitions à des prix fixes, mais ses ventes sont incertaines., tout dépendra de la réaction des consommateurs et de la situation du March.

²⁴MOUFDI, A. J. (2021). Regards croisés sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc et son impact sur le développement durable. *L'entrepreneuriat féminin en Afrique, entre bricolage et survie*, 177.

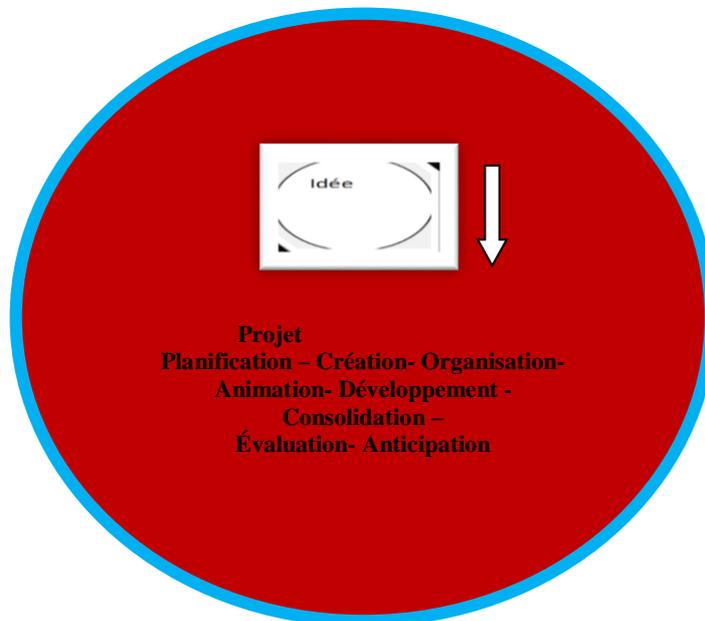
²⁵ Nawel, B., & Nassira, A. (2019). L'ENTREPRENEURIAT: ENTRE OPPORTUNITES ET DEFIS ETUDE DE CAS MAISON ENTREPRENEURIAT DU CENTRE UNIVERSITAIRE DE TIPAZA.p 17

²⁶BERREZIGA, A. (2014). Les dix (10) compétences de l'entrepreneur. *Revue des réformes Economique et intégration dans l'économie mondiale*, 8(16), 197-218. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/46274> P210

1.2.2. Compétences clés pour réussir en tant qu'entrepreneur

Si on résume, les missions et compétences de l'entrepreneur, on peut les schématiser de la manière suivante :

Figure n°1 : Les dix compétences de l'entrepreneur



Source : BERREZIGA, A. (2014). Les dix (10) compétences de l'entrepreneur

1.2.2.1. Choix de l'idée :

L'entrepreneur est cette personne en mesure de transformer une **idée** en projet selon une trajectoire bien définie. Pour cela, le choix de l'idée est la principale compétence qui concerne surtout le tamisage (savoir tamiser) à la lumière des données de l'environnement.

1.2.2.2. Concrétiser le projet :

Deuxièmement, la question fondamentale que tout entrepreneur qui aspire à la réussite de son projet doit se poser est la suivante : comment prendre cette idée et la transformer en un **projet** réalisable. Cette deuxième aptitude concerne principalement la réalisation de projets. Afin d'y parvenir.

1.2.2.3. Savoir planifier :

L'entrepreneur doit être un **planificateur** capable de prévoir tous les moyens matériels et humains pour le montage de son entreprise. Autrement dit, avoir une idée précise des objectifs qu'il souhaite atteindre et anticiper les ressources requises.

1.2.2.4. Création d'une entreprise :

Le passage de la situation A (projet) à la situation B (entreprise) suppose une bonne maîtrise de la **création** et la concrétisation des projets. Il est prévu que l'entrepreneur réalise un démarrage réussi de son projet. Le lancement d'une société est l'une des étapes les plus difficiles en raison des contraintes qui peuvent survenir à tout moment.

1.2.2.5. Savoir Organiser :

Le lancement d'une entreprise est suivi de **l'organisation** à mettre en place. L'entrepreneur est appelé à mettre en place l'organisation (structure) adéquate pour son entreprise. A ce stade, il doit avoir un ensemble de compétences en matière de choix des systèmes de gestion (système d'information, de communication, etc.).

1.2.2.6. Savoir animer :

La responsabilité d'animer le système organisationnel mis en œuvre incombe au fondateur de l'entreprise. Il est nécessaire qu'il prenne une décision concernant le style de gestion de son entreprise. A ce stade, il est fortement nécessaire que l'entrepreneur dispose de certaines qualifications en management d'équipe, en communication et en techniques d'animation des équipes de travail.

1.2.2.7. Savoir développer :

Après la création de l'entreprise avec ses divers systèmes de gestion et sa mise en marche, il est essentiel que l'entrepreneur sache comment lui fournir l'énergie nécessaire pour un lancement sans retour en arrière. **Le développement** de l'entreprise nécessite de son propriétaire une bonne visibilité pour lui donner l'impulsion nécessaire. Selon les recherches, de nombreuses entreprises "s'estompent" lors de leur lancement. C'est comme une étoile filante qui ne reste pas pour longtemps en vie. L'entrepreneur doit donc avoir cette compétence de mettre l'entreprise sur la bonne rampe.

1.2.2.8. Savoir consolider :

Les premiers pas d'une entreprise sont décisifs pour la suite de sa vie. L'entrepreneur est appelé à **consolider** chaque pas pour une irréversibilité consolidée. A ce niveau, il est important pour lui de bien maîtriser les informations pour une lecture à temps en vue de conserver les acquis réalisés (clients, part de marché, etc.).

1.2.2.9. Savoir évaluer :

Pour mieux consolider les premiers résultats, l'entrepreneur ne peut continuer son chemin en l'absence d'une **évaluation** (fonction contrôle en management) du système des différentes interfaces par l'usage de la comptabilité analytique, l'audit.

1.2.2.10. Savoir anticiper :

L'entrepreneur peut mieux anticiper les risques et les opportunités grâce à cette pratique de gestion. **L'anticipation** est une compétence nécessaire qui permettra à L'entrepreneur de ne pas se laisser emballer par un environnement sans cesse mouvant, porteurs de risques plus d'opportunités²⁷.

Section 02 : Généralités sur l'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin prend actuellement de l'importance dans le développement économique de notre société moderne. Le phénomène est suffisamment important pour que les gouvernements s'y intéressent de plus en plus et que les chercheurs se questionnent et mènent des études poussées sur le sujet. Les propos documentés sur l'entrepreneuriat féminin, relativement nouveaux, sont porteurs de pistes prometteuses parce qu'ils traitent d'une nouvelle réalité. Effectivement, au cours des vingt dernières années, il y a eu une évolution significative. La courbe de croissance du nombre de femmes devenues entrepreneures est à la hausse et, fait marquant, elle est plus importante que celle des hommes entrepreneurs²⁸ dans cette section approfondit la thématique de l'entrepreneuriat féminin en en offrant une définition précise et en mettant en exergue ses caractéristiques distinctives et l'importance de l'entrepreneuriat féminin Et les défis auxquels elles sont confrontées dans leur parcours entrepreneurial.

2.1. Genre et entrepreneuriat

L'entrepreneuriat et le genre sont des sujets très importants à aborder. Les femmes entrepreneures font face à des défis uniques et spécifiques en raison de leur genre. Elles peuvent être confrontées à des stéréotypes et des préjugés, à un accès limité aux ressources financières et à un manque de soutien. Malgré ces obstacles, les femmes entrepreneures apportent une contribution précieuse à l'économie et à la société. Elles sont des exemples inspirants de persévérance et de réussite.

²⁷BERREZIGA, A. (2014). Les dix (10) compétences de l'entrepreneur. Revue des réformes Economique et intégration dans l'économie mondiale, 8(16), 197-218. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/46274> p214

²⁸GROUPE-CONSEIL, S. L. E. F. (2000). Les défis des entrepreneures.

Au sein du domaine académique entrepreneurial, il n'y a pas eu de véritable étude du genre, car lorsque la question était posée, elle était posée en fonction d'une unité de mesure directement observable, à savoir le sexe. Selon Watson et Newby (2005), il est admis par les chercheurs que le sexe n'est pas le genre sans pour autant considérer ce qu'il impliquerait. Au plan méthodologique, une telle affirmation²⁹.

2.1.1. Fondement théorique du genre :

Dans les années 1990, les fondements théoriques commencent à se développer et sont fortement influencées par les théories féministes qui mettent en évidence les mécanismes de production et de production des inégalités. L'idée de « genre » est donc utilisée afin d'explorer, d'expliquer et d'interpréter les comportements entrepreneuriaux des femmes. Selon des études empiriques, il est démontré que les normes qui régissent le genre dans l'accès à l'emploi indépendant sont influencées par le genre³⁰.

La démarche "genre" implique d'analyser les diverses possibilités offertes aux hommes et aux femmes, les rôles qui leur sont attribués socialement et les liens qui les unissent. Ces éléments constitutifs ont un impact sur le développement de la société et sur la réalisation des politiques, des programmes et des projets des organismes internationaux et nationaux.

Cette théorie est étroitement liée à tous les aspects de la vie économique et sociale. Avec cette nouvelle vision, chacun, homme ou femme, a un rôle spécifique à jouer dans le développement économique et social.

- **Du sexe biologique au genre :**

Le genre est une distinction entre les femmes et les hommes, en fonction de leur caractéristique biologique, ainsi que les rôles que la société leur attribue. Ces distinctions en fonction du sexe (femme ou homme) sont inculquées par l'éducation et la culture, qui supposent que ces caractéristiques sont innées à l'individu. De ce fait, la société identifie les comportements liés à priori aux femmes et les qualifie de comportements « féminins » ; elle fera de même pour les hommes en qualifiant leur comportement de « masculins ». Par conséquent, « la notion de genre renvoie aux constructions sociales et culturelles du féminin et

²⁹R. Collot, « Pour une approche genrée de l'entrepreneuriat », Réseau de recherche genre et entrepreneuriat, Académie de l'entrepreneuriat, février 2006 p 6

³⁰Janssen, F. (2016). *Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur.p 173

du masculin, des rôles respectifs de l'un et l'autre sexe, des compétences attribuées aux hommes et femmes qui se construisent autour des différences biologiques des femmes et des hommes»³¹.

Certains travaux reposent sur l'Idée selon laquelle les différences entre les femmes et les hommes seraient en quelque sorte « naturelles ». C'est la thèse du déterminisme biologique appelée « sociobiologie » par Wilson dès 1975. Le principe de base du champ d'étude repose sur l'idée selon laquelle : Tout comportement social a une base biologique. Dès lors, la plupart des comportements observés dans la société auraient une base génétique. Selon cette perspective, les différences entre les hommes et les femmes sont inévitables et irréversibles³².

2.1.2. La notion de genre :

Le genre est lié aux fonctions socialement établies des hommes et des femmes. Celui-ci se distingue du « sexe biologique », qui désigne les seules différences physiques. Les rôles, les tâches, les fonctions, les rôles attribués aux femmes et aux hommes dans la vie publique et privée déterminent le genre. Ces rôles, souvent différenciés et marqués par des inégalités entre les sexes, n'ont rien de « naturel » : culturellement construits, ils sont différents et changeants selon les époques et les régions du monde. À titre d'exemple., l'espace public et politique est depuis toujours réservé aux hommes - qui continuent à l'occuper majoritairement - tandis que les femmes étaient assignées à l'espace domestique, privé³³. Du fait de la moindre valeur attribuée traditionnellement aux femmes, leur travail domestique, reproductif n'a jamais été comptabilisé dans l'économie, alors même qu'il constitue la base qui permet le développement des activités productives de l'ensemble d'une société. La démarche de genre prend en compte les identités sociales et culturelles féminines et masculines pour favoriser les transformations sociales et atteindre une meilleure égalité entre hommes et femmes, dimension indispensable du développement durable.

2.1.3. Les bases du genre:

Afin de saisir l'idée d'une analyse qui intègre le genre, il est nécessaire de préciser quatre concepts essentiels, à savoir :

³¹ABOUSAID, F. Z. (2023). L'entrepreneuriat féminin et la théorie du « genre»: une revue de la littérature. Revue de Management et Cultures, (9) P 6

³²ADJOUT Samir « Entrepreneuriat féminin états des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia ». Mémoire du magister. 2011 p25

³³Y. Nicolas (sous sa direction), « Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiatives et engagements français en matière de genre et développement », Rapport de la Direction générale de la coopération internationale et du développement, décembre 2006, p 27

- Les stéréotypes féminins et masculins,
- Les rôles sexués (principe de séparation),
- L'inégalité entre les femmes et les hommes,
- La hiérarchisation du féminin et du masculin,

2.1.3.1. Les stéréotypes féminins et masculins :

B. Ducheneaut et M. Orhan (2000) stipulent qu'« Il semblerait que ce ne soit pas l'appartenance à un sexe, en elle-même, qui détermine des types de comportements, mais plutôt les valeurs morales, le contexte socioculturel et l'expérience de chacun qui joue un rôle déterminant ». L'attitude des hommes et des femmes semble donc être conditionnée par la perception de la société, qui fonctionne sur la base de stéréotypes. Ashmore et Del Boca, (1981) les considèrent comme un ensemble de croyances concernant les attributs de tel ou tel groupe social. « Les stéréotypes sont des images qui s'intercalent entre la réalité et notre image de la réalité. Au travers des stéréotypes, des représentations sont progressivement perçues comme « naturelles », avec des influences sur la façon dont on s'attend à ce qu'une personne se comporte et une anticipation sur ses compétences et incompétences ». Dans une analyse en termes de genre, il est donc intéressant d'identifier les stéréotypes qui guident les comportements des femmes et des hommes, pour pouvoir dégager les attitudes perçues comme normales ou naturelles, de chacun des sexes.

2.1.3.2. Les rôles sexués :

Une analyse qui s'appuie sur le genre s'appuie aussi sur l'identification et l'analyse des rôles assignés et des fonctions attribuées à chacun des deux sexes, qui produisent des effets de séparation et de dissociation. C'est pourquoi la sphère privée a longtemps été considérée comme le champ d'action des femmes, tandis que la sphère publique est centrée sur les hommes. Les stéréotypes de l'un et de l'autre sexe, de ses aptitudes et de ses fonctions sont à l'origine de cette division. De cette manière, certains domaines sont considérés comme féminins (esthétique, décoration...) ou masculins (secteur du bâtiment, domaines liés à la technologie de pointe, ...).

2.1.3.3. Les inégalités entre les femmes et les hommes :

Toutes les formes de discrimination entre les deux sexes sont incluses dans ces inégalités, que ce soit en ce qui concerne l'accès aux ressources (financières par exemple), l'accès au pouvoir (politique et économique) ou la représentation dans les différents espaces de décision et

structures. Les inégalités qui se manifestent reposent sur des stéréotypes sexués et les renforcent.

2.1.3.4. La hiérarchisation du féminin et du masculin :

Cette hiérarchisation se construit autour d'une dévalorisation des caractéristiques dites féminines et d'une survalorisation des caractéristiques perçues comme masculines. C'est ainsi que les activités liées à la sphère professionnelle se trouvent survalorisées, alors que celles liées à la sphère domestique et familiale sont dévalorisées.

2.2. L'entrepreneuriat féminin : Définition et particularités

2.2.1. Qu'est-ce que l'entrepreneuriat féminin ?

L'entrepreneuriat féminin est un domaine en évolution qui apporte de nombreux avantages pour les femmes et pour l'économie globale ; connaît une croissance significative depuis une dizaine d'années Dans de nombreux pays à travers le monde³⁴. On constate une augmentation continue du nombre de femmes entrepreneures, qui se concentrent principalement dans les secteurs du commerce, de la santé et des services aux ménages. Les professions libérales sont également populaires parmi les femmes entrepreneures. Malheureusement, la durabilité des entreprises créées par les femmes en 2014 sur une période de cinq ans est souvent inférieure à celle des entreprises créées par des hommes. Cependant, l'entrepreneuriat féminin joue un rôle essentiel dans la création d'emplois et la lutte contre le chômage et l'informe³⁵.

Si les recherches en entrepreneuriat ne sont pas encore assez consistantes pour faire l'objet d'une unanimité autour de sa conceptualisation, les études portant sur l'entrepreneuriat féminin, en tant que thématique de l'entrepreneuriat, soulignent également la prolifération des définitions, des conceptions et corroborent l'absence d'un paradigme fédérateur dans ce champ de recherche³⁶.

Tout d'abord, L'entrepreneuriat féminin s'est affirmé comme un champ d'étude à part entière, Le terme "entrepreneuriat" est trop vaste pour être défini efficacement en

³⁴HIMRANE, M., & HASSANI, H. Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie A Multidimensional analysis of women entrepreneurship in Algeria.

³⁵L'entrepreneuriat féminin en France - INSEE

³⁶MOUFDI, A. J. (2021). Regards croisés sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc et son impact sur le développement durable. *L'entrepreneuriat féminin en Afrique, entre bricolage et survie*, 177.

suit ,l'entrepreneuriat des femmes sont autant de thématiques qui montrent l'émergence d'une société entrepreneuriale qui suscite de vraies questions de société³⁷.

L'OCDE (2012) considère que la femme entrepreneure est celle qui lance une entreprise féminine, celle qui est propriétaire unique, en partenariat, ou celle qui est actionnaire principale et organise et gère elle-même son entreprise. Marcellina et al. (2002) définissent les femmes entrepreneures comme celles qui lancent, détiennent et gèrent une entreprise Femme entrepreneur³⁸.

La femmes entrepreneure est celle qui « crée une activité marchande et enregistre son activité dans le fichier SIRENE .ne sont pas considérées dans la définition les agricultrices et les activités relevant des professions libérales »³⁹.

2.2.2. Les caractéristiques des femmes entrepreneures :

Les caractéristiques des femmes entrepreneures sont diverses et incluent des aspects tels que leur niveau de formation, leurs âges et l'expérience et Influence Familiale.

2.2.2.1. L'âge :

Plusieurs études ont examiné l'âge des femmes entrepreneures : la majorité des études indiquent que les femmes entrepreneures sont plus jeunes que les hommes entrepreneurs lorsqu'elles commencent un projet entrepreneurial. Selon Welschet Young (1984) et Birley, les femmes entrepreneures sont plus jeunes que les hommes entrepreneurs aux États-Unis. Ils ont constaté que l'âge moyen des femmes est compris entre 25 et 40 ans, tandis que celui des hommes est supérieur à 43 ans⁴⁰. Une autre étude menée par Laçasse (1990) montre que l'âge moyen des femmes entrepreneures se situe entre 35 et 44 ans. Hisrish et Peters (1991) viennent de prouver le contraire des études précédentes. Elles indiquent qu'il y a une tendance des hommes de se lancer dans une expérience entrepreneuriale est significativement à partir de leurs trentaines et que les femmes plutôt autour de 35 ans. Selon des études issues du portrait statistique des femmes entrepreneures au Canada (2002), Legaré et St-Syr ont également montré à partir d'une enquête menée en 2002 au Canada, que les femmes entrepreneures appartiennent à une catégorie d'âge relativement plus jeune que celle des hommes. Hernandez, après avoir mené une enquête

³⁷Yasmina, B. M. L'apport du dispositif ANGEM dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou The contribution of the ANGEM device in the promotion of female entrepreneurship in Tizi-Ouzou.

³⁸MOUFDI, A. J. (2021). Regards croisés sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc et son impact sur le développement durable. *L'entrepreneuriat féminin en Afrique, entre bricolage et survie*, 177.

³⁹ Léger-Jarniou, C. (2013). *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod.P176

⁴⁰W. Young (1984)

en Afrique, il aboutit à des conclusions reflétant que les femmes entrepreneures en Afrique sont plus âgées par rapport à leurs correspondantes de l'Europe. Il attribue ce retard à la valorisation tardive de l'entrepreneuriat féminin dans le continent africain.⁴¹

2.2.2.2. La formation :

Le niveau de formation est crucial pour permettre aux femmes de se positionner dans la vie professionnelle. Il leur permet en premier lieu d'acquérir les connaissances, les outils et les techniques de gestion nécessaires au pilotage de leurs projets. En outre, la formation permet d'assurer la continuité des activités économiques en comblant les insuffisances de connaissances de la conduite des affaires⁴².

2.2.2.3. Influence Familiale :

La situation des aides familiales, qui sont principalement des femmes, est conservée longtemps sous-estimée. Par la suite, le statut de collaborateur conjoint a été établi à partir du milieu des années 2000, ce qui a donné aux femmes travaillant dans l'entreprise de leur conjoint des droits sociaux. Cependant, avec l'augmentation des salaires des femmes, la proportion des femmes travaillant dans des entreprises familiales et bénéficiant donc d'aides familiales a diminué⁴³.

2.2.2.4. L'expérience :

Certains chercheurs témoignent que c'est la richesse de l'expérience acquise de toute sorte (expérience du marché de travail, gestion de la famille, activités bénévoles, etc.) qui poussent les femmes à se lancer dans les affaires. En effet, plusieurs recherches confirment que les femmes entrepreneures semblent souvent moins qualifiées que les hommes, possèdent moins d'expérience professionnelle en gestion d'entreprise et/ou dans le secteur d'activité dans lequel elles se lancent, et manquent de compétences au niveau financier, managérial et/ou entrepreneurial. S'agissant d'un tel point de vue, les résultats de recherches existantes sont contradictoires⁴⁴.

2.2.3. L'importance de l'entrepreneuriat féminin :

La place de l'entrepreneuriat féminin dans le paysage entrepreneurial est de plus en plus importante, avec des chiffres qui témoignent de l'évolution et de la participation des femmes

⁴¹

⁴²CHROQUI, R., & JITTOU, A. (2021). Entrepreneuriat féminin au Maroc: étude de cas. *L'entrepreneuriat féminin en Afrique, entre bricolage et survie*, 69.

⁴³<https://ses.ens-lyon.fr/articles/femmes-entrepreneures-les-enseignements-dune-enquete-sur-les-mompreneurs>

Julie Landour ;Anne Châteauneuf-MalclèsPublié le 20/09/2019

⁴⁴KHADIDJA, B. Entrepreneuriat féminin entre réalité et défis.

dans la création d'entreprises. Quelques chiffres et éléments mettent en évidence la position des femmes dans le domaine de l'entrepreneuriat.

2.2.3.1. Place des femmes dans le paysage entrepreneurial:

D'après le rapport le plus récent du Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017), il existe une disparité entrepreneuriale entre les hommes et les femmes dans tous les pays occidentaux.

Dans tous les pays occidentaux, l'écart entre les hommes et les femmes dans l'entrepreneuriat est présent dans le dernier rapport du Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017).

La France est considérée comme l'un des pays où le taux d'entrepreneuriat féminin est faible (de 18 à 64 ans, les femmes en âge de travailler sont en phase de démarrage d'une activité ou ont créé leur entreprise depuis moins de 3,5 ans). Ce pourcentage, à 3,4 %, est cependant un peu plus élevé que celui observé en Allemagne (3,1 %) ou en Italie (3,3 %).

Certains pays industrialisés connaissent en revanche des taux plus élevés : 13 % au Canada, 11 % aux États-Unis, 9 % aux Pays-Bas, 7 % en Irlande et au Luxembourg, 6 % au Royaume-Uni.

En Europe, près de la moitié des femmes fondent leur entreprise par besoin, ce qui représente 30 % de plus que chez les hommes.

En France, les femmes représentaient 37 % des créateurs de microentreprises de la génération 2014, tandis que les hommes représentaient 28 % des créateurs d'entreprises classiques. Ainsi, l'estimation sur l'ensemble des créations d'entreprise (tous statuts juridiques confondus) porte à 32 % le taux des nouvelles entreprises de la génération 2014 dirigées par des femmes. Ils se sont multipliés au fil des années. La part des femmes parmi les créateurs d'entreprise en France a augmenté de 6 points en douze ans, avec 26 % des créations en 2002, 29 % en 2006 et 32 % en 2010⁴⁵.

2.2.3.2. Evolution de la participation des femmes :

En 2019, 40 % des créateurs d'entreprises féminines sont en France. Un nombre prometteur, bien qu'il faudra attendre quelques années pour atteindre la parité. En France, le nombre de femmes entrepreneures a connu une croissance continue depuis l'année 2000, et les domaines qui attirent l'attention des femmes entrepreneures se multiplient. En 2019, 10% des

⁴⁵<https://bpifrance-creation.fr/observatoire/place-femmes-paysage-creation-dentreprise>

entreprises innovantes et de la Tech étaient dirigées et créées par des femmes. Il est important de noter que 73% de ces entreprises demeurent actives après trois ans⁴⁶.

Ces chiffres mettent en lumière l'importance croissante de la participation des femmes dans la création d'entreprises, ainsi que leur évolution positive dans ce domaine.

Exemples de pays où les femmes participent activement à la création d'entreprises : Les États-Unis jouent un rôle clé dans de nombreux pays, où l'entrepreneuriat féminin connaît une croissance fulgurante.

Les Etats-Unis, n°1 de l'entrepreneuriat féminin :

Alors que le nombre d'entreprises créées aux États-Unis tend à diminuer, le taux d'entreprises créées par des femmes est en plein essor. Ce nombre a effectivement augmenté de 27 % entre 2007 et 2012! La plupart sont des entreprises individuelles ou de petite taille, comme en France. Les entreprises des hommes, qui ont en moyenne plus de salariés, démontrent que les disparités demeurent malgré tout.

2.3. Les défis rencontrés par les femmes dans l'entrepreneuriat

Les femmes entrepreneurs jouent un rôle de plus en plus crucial dans le domaine de l'entrepreneuriat. Malgré les difficultés et les obstacles auxquels elles font face, de plus en plus de femmes optent pour la création de leur propre entreprise. Nous examinerons les obstacles auxquels font face les femmes entrepreneures.

2.3.1. Accès au financement :

L'accès au financement reste probablement le principal obstacle auxquels font face les femmes entrepreneures. Cette difficulté est courante en raison de leur manque d'expérience, ce qui les oblige à emprunter des sommes inférieures à celles de leurs collègues masculins. Ainsi, il est essentiel que les organismes de prêt les considèrent comme un « très bon risque ».

D'après des études, certains chercheurs ont cherché à identifier les disparités entre les relations entre les entrepreneurs hommes et femmes et leur banque en ce qui concerne la discrimination en matière d'octroi de crédit. Selon certaines études, les institutions financières offriraient des conditions de prêt défavorables aux femmes entrepreneures par rapport aux hommes. Par contre, d'autres études infirment la discrimination comme cause principale des conditions de prêt désavantageuses. D'autres recherches précisent que les femmes

⁴⁶<https://www.admissions.fr/blog/metier/zoom-sur-entrepreneuriat-feminin/>

entrepreneures préfèrent de faire recours dans un premier lieu à leur propre argent ou à des prêts informels auprès de leur entourage, plutôt qu'à des prêts bancaires dans leur propre projet. En plus de ces problèmes de financement⁴⁷.

2.3.2. Difficultés d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée :

Les femmes entrepreneurs dans les pays en développement font face à un défi majeur : concilier le travail et les responsabilités familiales. Être chef d'entreprise et les défis qui en découlent sont déjà suffisants pour une femme, mais si l'on ajoute à cela le rôle d'épouse, de fille ou de mère, la situation devient encore plus difficile.

Solon Mathew et Panchanatham (2011) Pour occuper l'un des postes mentionnés précédemment, il est nécessaire que cette personne prenne en charge les tâches ménagères quotidiennes de la même manière⁴⁸. De plus, les femmes entrepreneurs doivent également prendre en charge d'autres tâches personnelles telles que leur bien-être, qu'elles négligent souvent en raison du manque de temps et de la charge de travail excessive. Toutes ces circonstances peuvent entraîner l'apparition de multiples difficultés liées à la vie professionnelle et, dans certains cas extrêmes, l'absence totale d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, ce qui peut compromettre la réussite de l'entreprise. Une vie équilibrée est décrite comme une vie dans laquelle on peut avoir une expérience satisfaisante dans tous les domaines de la vie. Cependant, on observe que les femmes entrepreneurs des pays en développement ont du mal à assumer tous les rôles simultanément dans la société actuelle. En conséquence, certaines femmes entrepreneurs sont épuisées tant sur le plan mental que physique pour mener à bien leurs activités en raison des contraintes liées à la famille et au travail. Souvent, cela entraîne de l'insatisfaction, des problèmes de santé et une baisse générale de l'implication dans les activités professionnelles et personnelles. Dans la plupart des cas, les femmes sont plus touchées que les pères lorsqu'elles commencent à élever⁴⁹.

2.3.3. L'accès aux financement et aux réseaux :

L'entrepreneur a la possibilité d'agir sur différentes caractéristiques des réseaux sociaux afin de développer son projet.

⁴⁷KHADIDJA, B. *Entrepreneuriat féminin entre réalité et défis.*

⁴⁸Mathew et Panchanatham (2011)

⁴⁹Tijari, K. et SMOUNI, R. (2023). *Entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes : quelle réalité en Afrique ?*. *Revue internationale de comptabilité, finance, audit, gestion et économie*, 4 (1-1)P 306

Les femmes entrepreneures font face à des difficultés différentes de celles des hommes et font face à des défis similaires tels que le manque de compétences en gestion, le manque de reconnaissance et de soutien, le réseautage, le manque de financement au démarrage. Deux obstacles principaux sont identifiés par la littérature : leur accès au financement et l'accès aux réseaux. La difficulté des femmes entrepreneures à accéder aux réseaux serait plus globale. Historiquement, les hommes ont accès plus facilement aux réseaux d'affaire formels, ayant majoritairement occupé plus de postes à responsabilités avant de créer leur propre entreprise. Des différences générées existent également au sein des réseaux informels. Les hommes identifient aisément les « relations-atouts » les plus « utiles » (avocats, banquiers, experts-comptables, etc.), leur compagne venant ensuite les femmes, de leur côté, repèrent leurs meilleures "relations-atouts" chez leur partenaire et leurs proches, ce qui constitue un désavantage majeur pour le projet entrepreneurial en ce qui concerne l'accès aux réseaux et aux conseils d'information. Selon la littérature anglophone, les réseaux sociaux ont un impact significatif sur les entrepreneurs. Pour créer sa propre entreprise, un entrepreneur nécessite des informations, du capital financier, des compétences et du travail. Certaines de ces caractéristiques sont leur propriété, mais elles sont souvent complétées par leurs contacts (c'est-à-dire leurs réseaux sociaux) pour obtenir un soutien, d'autres compétences, un accès aux canaux de distribution, par exemple. Les entrepreneurs sont donc connectés à des personnes et des structures qui interagissent entre elles : cela peut favoriser l'accès aux ressources nécessaires pour lancer une entreprise. Le moindre accès des femmes aux réseaux professionnels représente un obstacle puissant au développement de carrière des femmes. En ce qui concerne la structure du réseau, l'importance des liens forts dans les pratiques de réseaux des femmes est énoncée du côté anglophone et francophone: les femmes entrepreneures sollicitent de manière plus systématique les membres de leur famille que leurs homologues masculins, et cela à toutes les étapes du projet. Cette différence dans la structure des réseaux des femmes entrepreneures serait source de difficulté à la création et lors du développement de l'entreprise puisque ces réseaux – ces liens – permettent l'accès aux conseils et à l'information, éléments essentiels lors d'une création d'entreprise. Concernant le soutien pouvant être apporté par le réseau social de l'entrepreneur, il apparaît que les femmes souffrent également d'un manque d'accompagnement dans leur démarche entrepreneuriale⁵⁰.

⁵⁰Santoni, J., & Barth, I. (2014). Le rôle du réseau dans le développement de l'entrepreneuriat féminin: cas d'un centre entrepreneurial au sein d'une business school. @ GRH, (2), 81-113.

2.3.4. Des stéréotypes de genre⁵¹ :

Il y a aussi des stéréotypes de genre. La peur de ne pas être reconnue par les concurrents masculins (56 %) et de recevoir des remarques sexistes (43 %) sont parmi les raisons mentionnées par les femmes comme des obstacles à l'entrepreneuriat.

D'inquiétudes qui, d'après l'étude de l'ADIE, seraient alimentées en grande partie par le syndrome de l'imposteur dont sont plus particulièrement affectées les populations féminines. Pendant les Assises de la parité 2021 de KPMG, on a exposé le taux de 75 % de femmes contre 50 % d'hommes.

Conclusion

Le domaine de l'entrepreneuriat, qu'il soit féminin ou masculin, offre des défis importants, tels que l'accès au financement et la lutte contre les idées reçues et les mythes qui entourent les entrepreneurs. De plus en plus de femmes s'investissent dans le monde de l'entrepreneuriat, mais la parité demeure un objectif à atteindre. Les défis continuent font que les femmes entrepreneures prennent en charge pleinement les risques financiers et la responsabilité de leur entreprise, même si elles contribuent de manière importante à l'économie. Pour favoriser une plus grande diversité et une croissance économique durable, il est primordial de poursuivre le soutien et la promotion de l'entrepreneuriat féminin.

⁵¹Capobianco, M. C., Liautaud, M., & Couget, G. (2014). *Entrepreneuriat féminin Mode d'emploi: Création et croissance; Les réseaux à connaître; 15 réussites au féminin*. Editions Eyrolles. P19

CHAPITRE II: Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Introduction

En Algérie, l'entrepreneuriat des femmes joue un rôle crucial dans la vitalité de l'économie du pays, en créant de la valeur ajoutée, en stimulant la créativité, en favorisant l'innovation et en créant des emplois. Bien que l'entrepreneuriat féminin varie d'un pays à l'autre, il y a une corrélation importante entre l'entrepreneuriat féminin et le développement économique mondial. Les autorités publiques en Algérie ont accru leurs initiatives afin de soutenir et promouvoir l'entrepreneuriat des femmes, en mettant en œuvre des initiatives visant à surmonter les obstacles qui entravent son épanouissement. Toutefois, des obstacles demeurent, tels que le manque des études spécifiques sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie et l'absence de données statistiques précises concernant les femmes entrepreneures. En dépit de ces difficultés, la montée en puissance de l'entrepreneuriat féminin en Algérie démontre un potentiel encore énorme.

L'entrepreneuriat féminin en Algérie est une révolution, contre certaines résistances sans valeurs qui font de la femme un être incapable d'entretenir un projet de travail individuel, ou d'aborder le domaine des affaires économiques souvent réservé à l'homme. Cette impulsion de la femme vers le milieu des affaires économiques n'est pas nouvelle dans le monde économique. Elle remonte bien dans le temps où la femme musulmane riche entretenait des affaires de commerce.

Section 01 : Le secteur de la PME en Algérie

En Algérie, comme dans d'autres pays, les PME constituent la grande partie du tissu économique, bien que l'importance accordée à celle-ci ne soit pas récente. Ainsi les résultats ne sont apparus qu'à partir des années 2000, après une série de mesures d'accompagnement des entreprises pour les amener à acquérir une capacité suffisante de compétitivité⁵².

1.1. Aperçu historique de la PME en Algérie

La PME algérienne est née dans sa majorité après l'indépendance ; elle n'a évolué que très lentement sans disposer d'une infrastructure et d'une superstructure adaptées ni d'une expérience historique acquise⁵³. Juste après l'indépendance, les autorités algériennes ont essayé de mettre en œuvre une stratégie de développement fondée sur la grande entreprise industrielle, où la PME algérienne n'a joué qu'un rôle secondaire dans l'économie. La majorité des PME en

⁵²Chelil, A., & Ayad, S. M. (2009). Pme En Algérie Réalités Et Perspectives. *Revue d'Economie et de Management*, 8(2 Special), 153-165.

⁵³Djouadi, N., & Djedidi, R. Les Apports de l'Intelligence Économique à la PME en Algérie-Cas de: Société Wouroud-.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Algérie sont apparues à partir de la fin des années 1980. D'une manière globale, on peut distinguer deux principales périodes de l'évolution de la PME algérienne depuis l'indépendance. Les PME algériennes sont passées par trois périodes dans leurs évolutions depuis l'indépendance (1962)⁵⁴.

1.1.1. La période 1962-1982 :

Juste après l'indépendance les entreprises ont été confiées à des comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers, et furent intégrées dans des sociétés nationales à partir de 1967.

A la veille de l'indépendance, la plupart des PME qui existaient, étaient aux mains des colons. Juste après l'indépendance, ces entreprises ont été confiées à des Comités de gestion après le départ de leurs propriétaires étrangers ; elles furent intégrées à partir de 1967 dans des sociétés nationales.

Le premier Code des Investissements qui a été promulgué en 1963 n'a pas eu d'effets notables sur le développement du secteur des PME, et ce, malgré les garanties et les avantages qui comptait accorder aux investisseurs nationaux et étrangers. Le nouveau Code des Investissements N° 66/284 qui a été promulgué le 15/09/1966 a essayé de faire jouer au secteur privé son rôle dans le développement économique tout en prévoyant une place prédominante pour le secteur public sur les secteurs stratégiques de l'économie. Ce code a obligé les entrepreneurs privés d'obtenir l'agrément de leurs projets auprès de la Commission Nationale des Investissements (CNI). La complexité des procédures d'obtention d'agrément ont fait dissoudre la CNI en 1981⁵⁵.

1.1.2. La période 1982-1988 :

Durant cette période et selon des objectifs fixés par le Plan, une volonté pour l'encadrement et l'orientation de la PME est affichée; cette situation s'est traduite par la promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement économique privé national (loi du 21/08/1982) qui va faire bénéficier les PME de certaines mesures notamment :

⁵⁴Fouzia, M. A., & Nacira, B. H. (2017). Analyse de la promotion des PME exportatrices en Algérie: Bilan et perspectives. *Al Bashaer Economic Journal*, 3(4).

⁵⁵Merzouk, F. (2009). PME et compétitivité en Algérie. *Revue d'Economie et de Management*, 8(2 Special), 279-296.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

- le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières.
- l'accès, même limité, aux autorisations globales d'importation (A.G.I) ainsi qu'au système des importations sans paiement.

En 1983, un Office pour l'Orientation, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé (OSCIP) est créé. Il est placé sous la tutelle du Ministère de la Planification et de l'Aménagement du Territoire et a pour missions principales, entre autres :

- D'orienter l'investissement privé national vers des activités et régions susceptibles de répondre aux besoins du développement et d'assurer sa complémentarité avec le secteur public.
- Et d'assurer une meilleure intégration de l'investissement privé dans le processus de planification.⁵⁶

1.1.3. A partir de 1988 :

L'Algérie a connu à partir de 1988 une phase de transition vers l'économie de marché, c'est ce qui l'a conduit à établir des relations avec les institutions internationales tels que le FMI et la Banque Mondiale pour atténuer la crise de sa dette extérieure d'une part, et à l'application d'un régime de politique monétaire, financière, économique et commerciale d'une autre part qui lui a dicté la privatisation de nombreuses entreprises publiques, et a contribué au développement des petites et moyennes entreprises dans certaines activités de l'économie. Ces activités concernent la transformation des métaux ainsi que les petites industries mécaniques et électroniques.

Les changements d'orientation de la politique économique et l'adoption des plans d'ajustement structurel avaient définitivement scellé le passage de l'économie vers l'organisation marchande.

L'État a mis en place un nouveau cadre législatif et plusieurs réformes liées aux programmes de redressement économique, au système juridique pour le développement de l'investissement et la promotion des petites et moyennes entreprises telles que le nouveau code d'Investissement qui a été promulgué le 05 /10/1993 relatif à la promotion de l'investissement. Ce code a pour objectifs, la promotion de l'investissement, L'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers, remplacement de l'agrément obligatoire par une simple

⁵⁶Le, C. N. E. S. (2002). Rapport: «pour une politique de développement de la PME en Algérie».

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

déclaration pour investir auprès des institutions administratives concernées, réduction des délais d'études de dossiers, renforcement des garanties ...

Dans les faits, le bilan de la mise en œuvre du code de 1993 a été mitigé ce qui a porté les autorités à promulguer en 2001 L'ordonnance relative au développement de l'investissement (Ordonnance N° 01103 du 20/08/2001) et la loi d'orientation sur la promotion de la PME (Loi N° 01/18 du 12/12/2001).

L'ordonnance mise en place en même temps que la loi d'orientation de la PME définissant et fixe, entre autres, les mesures de facilitation administrative dans la phase de création de l'entreprise qui pourraient être mises en œuvre. Elles prévoient également la création d'un Fonds de Garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME, la création du Conseil National de l'Investissement (CNI) et la suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés⁵⁷.

1.1.4. La nouvelle vision aux PME dans les années 2000 :

Début 2000, l'État a mis en place une politique de soutien aux petites et moyennes entreprises, dans le cadre de l'association euro-méditerranéenne et de l'implication dans le programme de relance économique, par le biais de lois:

-La loi n° 01-1816 du 12 décembre 2001, abrogée par la loi du 17/02 du 10 janvier 2017, portant sur l'orientation sur le développement de la petite et moyenne entreprise qui a pour objet de définir les PME et les mesures d'aide et de soutien à leur promotion.

Cette loi a défini la PME et a distingué différentes formes, elle définit la PME comme étant une entreprise de production et /ou service.

-Création de FGAR par la loi n°02-37317, ce fond a pour mission :

-D'intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de ; création d'entreprise, rénovation des équipements, extension de l'entreprise, et prise de participation.

-De se prononcer sur l'éligibilité des projets et les garanties demandées.

-De suivre les risques découlant de l'octroi de la garantie du fond.

-D'assurer le conseil et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaires de la garantie du fond, Etc.

⁵⁷Merzouk, F. (2009). PME et compétitivité en Algérie. *Revue d'Economie et de Management*, 8(2 Special), 279-296.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

- Création des « pépinières d'entreprises » par le décret 32-7818 qui se présentent sous l'une des formes suivantes : incubateur : structure d'appui qui prend en charge les porteurs des projets dans le secteur des services.
- Atelier relai : destiné aux porteurs de projets dans le secteur de la petite industrie et les métiers d'artisanat, hôtel d'entreprise : destiné aux porteurs des projets issus du domaine de la recherche.
- Le décret présidentiel n° 04-134 19 qui a pour objet de définir les statuts de la caisse de garantie des crédits d'investissement pour les PME (CGCI-PME). Il a été aussi créé l'agence nationale de développement d'investissements (ANDI) en aout 2001, pour créer un cadre de référence aux investissements locaux et étrangers qui n'ont pas été pris en charge par l'ANSEJ⁵⁸.

1.2. Définition et caractéristiques de la PME en Algérie

1.2.1. Définition de la PME :

La plupart des économistes et chercheurs considèrent la PME comme la « meilleure forme d'organisation pour faire face au défi de la compétitivité après la crise mondiale des grandes entreprises en termes d'efficacité, de flexibilité, d'innovation et de qualité »⁵⁹.

En général, la définition des petites et moyennes entreprises varie d'un pays à l'autre et repose principalement sur le nombre de travailleurs, le chiffre d'affaires annuel ou le nombre total de bilans de l'entreprise. D'après la définition la plus répandue, les micro entreprises ont entre 1 et 10 employés, les petites entreprises entre 10 et 100 et les entreprises de taille intermédiaire entre 100 et 250 employés. À moins d'indication contraire, toute entreprise de moins de 250 employés, qu'elle soit formelle ou informelle, est considérée comme une PME pour ce rapport, peu importe son statut juridique (entreprise familiale, individuelle ou coopérative⁶⁰).

L'objectif principal des PME-PMI est d'augmenter la valeur ajoutée : La production participative permet à des organisations marchandes ou non de générer de la valeur en s'appuyant sur les connaissances, compétences.

⁵⁸JORA, n° 77 du 15/12/2001

⁵⁹ Joseph Romano : « La modernisation des PME : l'expert, le patron et le politique », Paris, P.U.F., (Sociologie d'aujourd'hui), 1995,p66 [compte-rendu]

⁶⁰ <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199245-pme-definition-traduction-et-synonymes/>

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

En fait, les PME/PMI jouent un rôle essentiel dans la croissance en Algérie pour la nouvelle génération, qui aspire à atteindre certains objectifs tels que :

- Mettre en valeur l'industrie et accroître la valeur ajoutée dans divers domaines tels que l'industrie agro-alimentaire, la pêche, le BTP, l'hôtellerie, le transport, etc. Les prestations postales et les avancées technologiques⁶¹.
- Promouvoir la concurrence des entreprises et favoriser l'exportation de biens et services non liés aux hydrocarbures.
- Garantir la modernisation des 2 100 sociétés industrielles privées.
- Encourager le secteur bancaire à faciliter l'accès au financement des entreprises.

Tableau N°01: Typologie des PME/PMI.

Entreprises /Critères	Effectifs	Chiffre d'affaires (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 Entreprise (TPE) 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,

Ce tableau nous montre que :

- Une entreprise moyenne : est définie comme une entreprise qui compte entre 50 et 250 employés et dont le chiffre d'affaires varie entre 200 millions et 2 milliards de dinars, ou dont le bilan annuel total est compris entre 100 et 500 millions de dinars.
- La petite entreprise se définit comme une entreprise qui compte entre 10 et 49 employés et dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 200 millions de dinars ou dont le bilan annuel total ne dépasse pas 100 millions de dinars ou plus.

⁶¹ AKACEM K, Comptabilité nationale, Ed. OPU, Alger, 1991. 2. ARCHAMBAULT E, Comptabilité nationale, Ed. Economica, Paris, 2003

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

- La très petite entreprise (TPE) : également connue sous le nom de microentreprise, est une entreprise qui compte entre 1 et 9 employés et dont le chiffre d'affaires est inférieur à 20 millions de dinars ou dont le bilan annuel total ne dépasse pas 10 millions de⁶².

1.2.2. Les caractéristiques des PME algériennes :

Les petites et moyennes entreprises jouent un rôle crucial dans les économies en développement. Si elles doivent assumer le même rôle que les petites et moyennes entreprises des pays développés et faire face aux mêmes contraintes, ou presque, celles des pays en développement sont plus touchées que les autres par la faiblesse des capacités humaines et institutionnelles avec lesquelles elles évoluent et tardent à en profiter des avantages qu'elles sont légitimes à attendre, tels que des économies de marché et du commerce mondial⁶³. Selon une étude de l'OCDE en 2004, sur les PME, on peut résumer les caractéristiques des PME des pays en développement et en transition dans les points suivants⁶⁴:

1-La faible capacité des petites entités à faire entendre leur voix au stade de la formulation de l'action gouvernementale et l'absence de dialogue institutionnalisé entre les secteurs publics et privés.

2- L'absence de législation adéquate sur les droits de propriété et des moyens pour la faire respecter, qui compromet l'accès au crédit en particulier pour les femmes.

3- L'existence des préjudices défavorables envers l'initiative privée, d'une prise à distance et d'une méfiance réciproque entre le secteur privé et public.

4- La dominance des entreprises publiques dites nationales dans les secteurs stratégiques et la prédominance du secteur public dans la promotion des investissements.

5- Le manque d'informations économiques et les données statistiques pertinentes, actualisées sur les PME et les institutions de soutien.

De nos jours, les PME en Algérie sont perçues comme un élément essentiel des résultats économiques du pays. Cependant, leurs caractéristiques diffèrent d'un secteur d'activité à un autre en fonction de la taille de l'entreprise et de la région où elle est implantée. Il est vrai que

⁶²Leïla, M. L. (2021). les difficultés et les entraves des PME/PMI en Algérie difficulties and barriers for (MSE)/MSI in Algeria.

⁶³ Karim Si Lekhel, Youcef Korichi, Ali Gaboussa, Les PME en Algérie ; état des lieux, contraintes et perspectives Journal de la performance des institutions Algériennes n°4, 2013, pp.38-39.

⁶⁴ Bulletin de veille mise à niveau PME, 2012, p.1.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

les petites et moyennes entreprises en Algérie se démarquent, en plus de celles partagées par leurs homologues des pays en développement, mentionnés précédemment, par les caractéristiques suivantes⁶⁵ :

- Une structure financière souvent fragile et la prédominance du capital amical (familial) ;
- Une présence relativement importante dans les domaines de la fabrication des biens de consommation et des services ;
- Les micro entreprises (96% des PME en Algérie) sont principalement classées dans la catégorie des TPE (les petites entreprises avec moins de 10 employés) ;
- Les dirigeants des PME ont souvent des compétences et des qualifications professionnelles qui ne sont pas justifiées (une faible capacité de gestion) ;
- L'absence de supervision technique ;
- L'insuffisance de la croissance technologique ;
- L'absence presque totale d'innovation et le manque d'imagination ;
- L'activité de sous-traitance présente des lacunes ;
- L'insuffisance d'informations fiables, pertinentes et à jour ;
- Une structure extrêmement flexible et un manque de spécialisation ;
- Un écart dans la répartition spatiale de l'activité économique entre les trois régions. La concentration la plus élevée est observée dans la région du Nord, suivie des hauts plateaux et enfin de la région du Grand Sud.

La structure des petites et moyennes entreprises en Algérie est constituée de 97,6 % de TPE (micro entreprises) ayant moins de dix employés et appartenant à 99,98 % au secteur privé. Seulement 0,02 % sont des entreprises de taille moyenne (50 à 249 employés) et 0,02 % des petites entreprises de 10 à 49 fonctionnaires. Celui de personne physique. De même la densité de PME dans le tissu socioéconomique est de 23 PME pour 1000 habitants, sachant qu'elle est de 45 selon les normes internationales⁶⁶ (Tableau N°02).

⁶⁵ L'houari Addi, Les mutations de la société Algérienne, édition la découverte, Paris, France, 1999, p.224._

⁶⁶Madjid, H. A. D. J. E. M. (2023). Impact des politiques algériennes d'aide à la création de PME et à l'auto-emploi sur l'emploi et les dynamiques du salariat Impact of Algerian support policies for the creation of SMEs and self-employment on employment

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Tableau N°02 : Quelques caractéristiques des PME algériennes (Situation au 31/12/2021)

Nombre total de PME		% Public		Densité /1000 hab	Emplois	% / Type de PME		
Public	Privé					ME	PE	TPE
225	1286140	0,02	99,98	28	3134 968	00,27	02,15	97,6

Source : confectionné par nos soins à partir des données du Ministère de l'Industrie. Bulletin d'information Statistique de la PME. Année 2021, n° 40, édition mars 2022.

1.3. Évolution des PME en Algérie

La petite entreprise algérienne continue de croître. Ces dernières années, ce domaine a connu des avancées significatives, comme en témoigne sa création et la croissance régulière de sa part dans les principaux indicateurs économiques. Selon une recherche réalisée par Bouyacoub en 2003, qui montre un taux de création d'entreprises entre 1962 et 2000 (en pourcentage), il semble que le secteur des petites et moyennes entreprises soit très récent. En ce sens, l'écrivain a constaté que le nombre de créations annuelles de petites et moyennes entreprises était nettement inférieur à 1 000 avant 1990, atteignant près de 3 000 en 1991 et dépassant les 5 000 en 1994. Selon Melbouci (2006), près de 60 % des PME existantes en 2000 ont été fondées après 1994, c'est-à-dire après l'adoption du nouveau code des investissements en 1993 (octobre 1993) et l'entrée en vigueur l'année suivante du programme d'ajustement structurel (mai 1994). En effet, les graphiques suivants illustrent et précisent l'évolution annuelle du nombre de petites et moyennes entreprises (PME) et des artisans pendant la période [2005- 2012]⁶⁷.

Tableau N°03: Évolution des PME en Algérie [2005-2008]

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
PME privées	245842	269806	293946	392013	455398	482892	511856	532702
PME publique	874	739	666	626	591	557	572	561
Artisans	96072	106222	116346	126887	169080	135623	146881	154123
Total	342788	376767	410959	519526	625069	619072	659309	687386

⁶⁷ :Bouri, N., & Bouyacoub, A. (2019). La mise a niveau des PME: Quels resultats?. *les cahiers du cread*, 35(2), 65-97 p 74 .75

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Source : Bouri, N., & Bouyacoub, A. (2019). La mise a niveau des PME: Quels resultats?. *les cahiers du cread*, 35(2), 65-97.

À la fin du premier semestre 2012, le secteur des PME (privées et publiques) avait le lot de 533 263 entreprises, sur un nombre de 687 386 entreprises, ce qui représente 77,58 % du total. Il connaît une évolution positive par rapport à l'année 2011, dont il apparaît sur un nombre de 512 428, et semble suivre la même logique constatée durant la période [2005-2008+, comme le tableau l'indique. Ainsi, à la fin de l'année 2008, ce secteur compte 392 639 entreprises, sur un nombre de 519526 entreprises, ce qui représente 75,57 % du total, ce qui représentait 75,57 % du total, alors qu'il enregistrait 294 612 en 2007, soit 71,69 % de la totalité recensée. En effet, à la fin du premier semestre 2009, les PME algériennes (privées et publiques confondues) constituaient une population dont le nombre s'élevait à 408 753 PME, alors qu'elles arrivaient à 455 989 à la fin de cette année, dont 72,86 % faisaient partie du parc privé, et 0,09 % qui constituent des entités appartenant au parc public.

1.4. Les composantes de la PME en Algérie :

Les petites et moyennes entreprises sont principalement composées de trois groupes : les PME privées, les PME publiques et les artisans. Le nombre total de petites et moyennes entreprises, y compris toutes catégories, est de 515573 entités fin 2009, contre 245348 en 2001. Entre 2001 et 2009, la population des petites et moyennes entreprises a connu une augmentation de deux fois, avec un taux de croissance de 110,14 %, soit une augmentation annuelle de 12,23 %.

1.4.1. La PME privée :

À la fin de 2009, 345902 PME privées ont été enregistrées. La plupart de ces entreprises représentent plus des deux tiers de la population des petites et moyennes entreprises. Cette catégorie d'entreprises est dynamique, avec une croissance moyenne annuelle de 21 000 entreprises.

1.4.2. La PME publique :

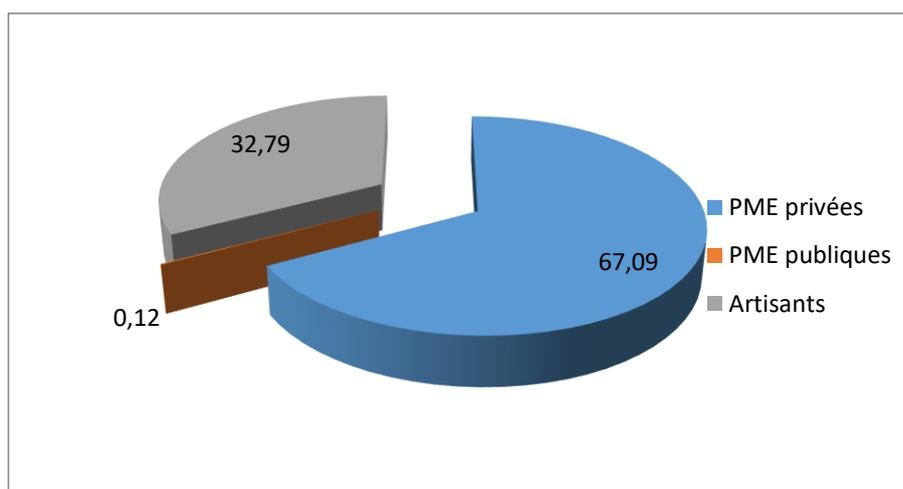
Pour ce qui est des PME, à la fin de 2009, elles ne représentent qu'une partie marginale du total des PME, avec une part inférieure à 0,12 % de l'ensemble.

Dès 2006, ce type d'entreprises a continué de diminuer en raison du processus de privatisation des entreprises publiques qui s'est déroulé dans le cadre de la réorganisation et de la réorganisation du secteur public.

1.4.3. Les artisans :

En règle générale, les artisans sont divisés en trois catégories : l'artisanat traditionnel et d'art, l'artisanat de production de biens et l'artisanat de service. Selon le ministère de la PME et de l'artisanat, le secteur artisanal a enregistré une forte croissance, avec un taux d'évolution annuel de 12,12 %. Fin 2009, ce genre d'activité représente 32,79 % du total des petites et moyennes entreprises.

Figure N°02 : Les principales composantes de la PME (%) à la fin de l'année 2009



Source : Réalisé à partir des données du bulletin d'information du ministère de la PME et de l'artisanat, 2009

Section02 : Aperçu sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie

En Algérie, l'entrepreneuriat féminin connaît un essor remarquable ces dernières années. De plus en plus de femmes osent se lancer dans la création de leur propre entreprise, contribuant ainsi dynamiquement à la diversification et à la croissance de l'économie nationale. Depuis toujours, les femmes algériennes ont contribué à soutenir l'économie de leur famille et de leur communauté, que ce soit par le travail officiel ou informel, en particulier par la cuisine. (Tissus, vêtements, poterie, etc.) ou le domaine de l'agriculture. Cependant, ces dernières décennies ont connu une évolution significative dans leur contribution, car elles sont de plus en plus nombreuses sur le marché du travail, que ce soit en tant qu'employées ou en tant qu'entrepreneurs indépendants grâce à la création et à la gestion des petites et moyennes entreprises⁶⁸.

⁶⁸ Gillet, A. (2003). L'entrepreneuriat des femmes en Algérie : Dynamiques économiques et sociales, motivations et trajectoires socioprofessionnelles. CNAM-GRIOT, Ed. pro Manuscripto, Paris.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

2.1. Les dispositifs d'appui et d'accompagnement à la création des entreprises en Algérie

L'aide des créateurs d'entreprise relève d'un ensemble de dispositifs et de structures gérés par l'Etat au niveau national. Ces institutions ont un rôle important en matière d'appui à la création d'entreprises⁶⁹.

Ces dispositifs incluent l'Agence nationale de soutien à l'emploi de jeune (ANSEJ) en 1996, aujourd'hui Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE), la Caisse nationale d'assurance chômage (CNAC) en 2003, l'Agence national de gestion du microcrédit (ANGEM) en 2005 et l'Agence nationale d'appui à l'investissement (ANDI) en 2010 qui concerne également les grandes entreprises. Au fur et à mesure de l'évolution du contexte politique et économique du pays, tous ces dispositifs ont évolué dans leurs missions, en fonction des changements de visions qui se produisent⁷⁰.

Selon les données les plus récentes que nous avons pu obtenir, les cumuls des créations de PME, quasi-exclusivement des microentreprises, dans le cadre des dispositifs d'aide se présentent comme indiqué dans le tableau N°04⁷¹.

Tableau N°04 : Créations de PME dans le cadre des dispositifs d'aide.

Dispositif	Nombre de projet	Nombre d'emplois induits	Nombre d'emplois /PME
ANADE	395812	944525	2, 38
CNAC	160162	340393	2,12
ANGEM	957056	1400059	1,45
Total	1513030	2684977	1,77

Source : Ministère de l'Industrie. Bulletin d'information Statistique de la PME. Année 2021. N° 40, mars 2022.

Il ressort des chiffres donnés ces dispositifs jouent un rôle important dans la création de PME, et ils semblent inévitables dans le processus actuel de création d'entreprises en Algérie. C'est aussi le cas de la création d'emplois induite. Environ deux cent emplois ont été créés, ce qui représente 1,77 ou près de 02 emplois par PME. Il est possible d'affirmer que ces mesures correspondent aux objectifs et à la nouvelle vision de l'État depuis les années 90 concernant la

⁶⁹Harrar, S. (2021). Ecosystème D'accompagnement Entrepreneurial en Algérie: Etat des Lieux The Entrepreneurial Support Ecosystem in Algeria: State of Play. *Revue Abaad Iktissadia Vol, 11(01)*, 391-418.

⁷⁰Madjid, H. A. D. J. E. M. (2023). Impact des politiques algériennes d'aide à la création de PME et à l'auto-emploi sur l'emploi et les dynamiques du salariat Impact of Algerian support policies for the creation of SMEs and self-employment on employment and the.

⁷¹ Nous ne disposons pas des données concernant le cumul des créations d'entreprises par l'ANDI, aussi nous l'avons pas inclus dans le tableau.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

place des PME dans l'économie, en tant que créateur d'emploi et de richesse, tout comme la grande entreprise publique.

2.1.1. Dispositif « ANADE » ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes) :

2.1.1.1. Définitions de l'ANADE :

Institution publique créée en 1996, chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprise. Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprise. Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création de lancement et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 Millions de dinars⁷².

Les actions de l'Agence s'articulent autour des objectifs suivants :

- ✓ Favoriser la création et l'extension d'activité de biens et de services par les jeunes porteurs de projets.
- ✓ Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.⁷³

2.1.1.2. Evaluation de l'entrepreneuriat féminin dans le cadre du dispositif ANADE (ANSEJ)

❖ Projets financés au profit des femmes:

Tableau N°05: Répartitions des Projets financés au profit des femmes (2015-2021)

Année	Total	Femmes
2015	356718	35675
2016	367980	37225
2017	372386	37947
2018	377921	38905
2019	385166	40147
2020	386 714	40809

⁷²Demmene-Debbih, Z. (2015). Le rôle de la politique publique dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie: réalité et perspectives. *Recherches économiques et managériale* (18), 15-34.

⁷³Alger, B. I. H., Alger, M. F. Z. H., & Alger, H. F. Z. H. Evaluation des dispositifs d'aide à la création d'entreprise en Algérie

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

2021	395 812	42 062
------	---------	--------

Source : ANADE(2015-2021).

La première observation notable est la tendance à la hausse du nombre de projets financés au profit des femmes. En effet, on constate une augmentation constante de ce nombre sur la période étudiée, passant de 35 675 en 2015 à 42 062 en 2021. Cette évolution positive montre que l'entrepreneuriat féminin gagne du terrain en Algérie et que les femmes sont de plus en plus nombreuses à se lancer dans la création d'entreprise.

La deuxième observation intéressante est l'augmentation de la part des femmes parmi les bénéficiaires des financements de l'ANADE. En 2015, les femmes représentaient 10% des bénéficiaires, contre 10,6% en 2021. Cette légère hausse, bien que timide, montre que les femmes accèdent de plus en plus aux financements nécessaires à la création de leur entreprise.

Malgré ces tendances positives, il reste encore beaucoup à faire pour promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Algérie. En effet, la part des femmes parmi les bénéficiaires des financements de l'ANADE reste encore très faible, loin de refléter la réalité démographique du pays. De plus, les femmes entrepreneures sont souvent confrontées à de nombreuses difficultés, telles que l'accès au financement, la formation, la conciliation vie professionnelle-vie familiale et les discriminations sexistes.

Il est donc nécessaire de poursuivre les efforts pour favoriser l'entrepreneuriat féminin en Algérie. Cela passe par la mise en place de politiques publiques spécifiques, l'accompagnement des femmes entrepreneures et la sensibilisation de la société à l'importance de leur rôle économique.

❖ Projets financés par genre et par secteur d'activité

L'ANADE est présente à travers tout le pays à travers un réseau d'antennes. Pour montrer l'intérêt qu'elle porte pour la création féminine, on présente le tableau N° 06 :

Tableau N°06: Projets financés par genre et par secteur d'activité (Cumul au 31/12/2021)⁷⁴.

Secteur d'activité	Projets financés	Hommes	Femmes	Taux de Féminité (%)

⁷⁴<https://www.industrie.gov.dz/wp-content/uploads/documents/bis/BIS-2022-03-40.pdf> République Algérienne Démocratique et Populaire Edition Mars 2022 وزارة الصناعة Ministère de l'Industrie Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information bulletin d'information statistique de pme

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

AGRICULTURE	59 894	57 113	2 781	5%
ARTISANAT	43 663	36 225	7 438	17%
BTPH	36 162	35 296	866	2%
HYDRAULIQUE	570	543	27	5%
INDUSTRIE	30 348	25 779	4 569	15%
MAINTENANCE	11 395	11 213	182	2%
PECHE	1 136	1 119	17	1%
PROFESSION LIBERALE	13 055	6 958	6 097	47%
SERVICE	110 355	91 852	18 503	17%
TRANSPORT FRIGORIFIQUE	13 390	13 001	389	3%
TRANSPORT DE MARCHANDISES	56 824	56 112	712	1%
TRANSPORT DE VOYAGEURS	19 020	18 539	481	3%
TOTAL	395 812	353 750	42 062	11%

Source : Bulletins d'informations statistiques de la PME n° 40 de 2021.

Le tableau fourni montre la répartition des femmes dans les projets financés par l'Agence nationale de soutien à la promotion de l'entrepreneuriat (ANSEJ) en Algérie au 31 décembre 2019. Les données sont présentées par secteur d'activité, avec le pourcentage de femmes et d'hommes impliqués dans chaque secteur.

La proportion de femmes varie considérablement d'un secteur à l'autre et Les femmes sont les plus représentées dans les secteurs de la profession libérale (47%), de la pêche (41%) et du transport frigorifique (39%) Les hommes sont les plus représentés dans les secteurs du transport de voyageurs (3%), du transport de marchandises (2%) et de l'hydraulique (5%).

Secteurs d'activité à forte présence féminine sont :

Profession libérale: Ce secteur regroupe les activités exercées de manière indépendante par des personnes qualifiées, telles que les médecins, les avocats, les architectes et les comptables. La

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

forte présence des femmes dans ce secteur peut s'expliquer par plusieurs facteurs, notamment la flexibilité des horaires de travail, la possibilité de travailler à domicile et l'absence de discrimination à l'embauche.

- Pêche: Ce secteur est traditionnellement dominé par les hommes, mais les femmes gagnent de plus en plus de terrain. Cela est dû en partie à la mise en place de programmes gouvernementaux visant à promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de la pêche.
- Transport frigorifique: Ce secteur est relativement nouveau en Algérie et offre des opportunités d'emploi aux femmes et aux hommes. La forte présence des femmes dans ce secteur peut s'expliquer par le fait que les emplois sont souvent moins exigeants physiquement que ceux d'autres secteurs du transport.

Secteurs d'activité à faible présence féminine :

- Transport de voyageurs: Ce secteur est dominé par les grandes entreprises, qui ont tendance à embaucher davantage d'hommes que de femmes. Cela peut s'expliquer par le fait que les emplois dans ce secteur sont souvent exigeants physiquement et nécessitent de longues heures de travail.
- Transport de marchandises: Ce secteur est également dominé par les grandes entreprises, qui ont tendance à embaucher davantage d'hommes que de femmes. Cela peut s'expliquer par le fait que les emplois dans ce secteur sont souvent exigeants physiquement et nécessitent de longues heures de travail.
- Hydraulique: Ce secteur est dominé par les entreprises publiques, qui ont tendance à embaucher davantage d'hommes que de femmes. Cela peut s'expliquer par le fait que les emplois dans ce secteur sont souvent exigeants physiquement et nécessitent des compétences techniques avancées.

Les inégalités de genre persistantes dans le marché du travail algérien sont illustrées par la répartition des femmes dans les projets financés par l'ANSEJ. Les secteurs informels et sous-payés sont dominés par les femmes, tandis que les secteurs formels et bien rémunérés sont dominés par les hommes. Des politiques doivent être mises en œuvre pour favoriser l'entrepreneuriat féminin dans tous les domaines d'activité, afin d'instaurer un marché du travail plus inclusif et équitable.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

2.1.2. Dispositif « CNAC »(Caisse Nationale d'Allocation Chômage) :

Ce dispositif représente un instrument de soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans. Il a été créé par le décret exécutif n° 04-03 du 03 janvier 2004.⁷⁵ Tout comme l'ANSEJ, elle leur consent un prêt non rémunéré (sans intérêt) et une bonification sur les taux d'intérêt bancaires (de 100%) pour un crédit qui ne peut excéder 70% du coût global du projet. Le coût maximum est de 10 millions de dinars. L'apport personnel minimum est de 5 à 10% du montant du projet, selon le coût de l'investissement et la zone géographique de l'implantation du projet⁷⁶.

2.1.2.1. Projets financés par secteur d'activité et par genre 2021⁷⁷ :

Le secteur d'activité le plus représenté est celui des « professionnels libéraux », avec 54,1 % des projets financés. Viennent ensuite les secteurs de l'agriculture (11 %), de l'industrie (29,9 %) et de l'artisanat (21,4 %). Ainsi que les autres secteurs d'activité sont moins représentés, avec des pourcentages inférieurs à 5 %. Les femmes sont majoritaires dans les secteurs de l'artisanat (55,2 %) et de l'agriculture (51,0 %). Pour les hommes sont majoritaires dans les secteurs des professionnels libéraux (49,4) et de l'industrie (62,5). Les autres secteurs d'activité sont plus équilibrés, avec des pourcentages de femmes et d'hommes relativement proches. (Annexe 02).

Si on fait une comparaison entre la répartition par secteur d'activité et la répartition par genre. On constate que les femmes sont plus présentes dans les secteurs d'activité traditionnellement « féminins », tels que l'artisanat et l'agriculture. À l'inverse, les hommes sont plus présents dans les secteurs d'activité traditionnellement masculins, tels que les professionnels libéraux et l'industrie.

2.1.3. Dispositif « ANGEM » (Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit:

C'est un dispositif créé en 2005, Il est placé sous la tutelle du Ministère de la Solidarité Nationale et de la famille. Il vise à lutter contre le chômage et la précarité en favorisant l'auto-emploi, le travail à domicile et les activités artisanales et de métiers, en particulier chez la

⁷⁵:Himrane, M. (2019). L'entrepreneuriat féminin au niveau de la wilaya de Tipaza Female entrepreneurship in Tipaza province. *Finance and Business Economics Review*, 3(3), 759-773

⁷⁶Bessouh, N. (2018). L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement en Algérie.

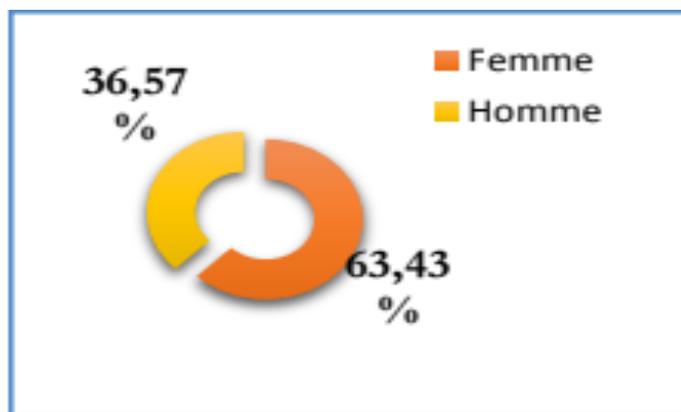
⁷⁷<https://www.industrie.gov.dz/wp-content/uploads/documents/bis/BIS-2022-03-40.pdf> République Algérienne Démocratique et Populaire Edition Mars 2022 وزارة الصناعة Ministère de l'Industrie Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information bultain d'information statistique de pme P29 CONSULTE LE 28/05

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

population féminine⁷⁸. Dispositif destiné à tout citoyen de plus de 18 ans, ne disposant pas de revenus, aux femmes au foyer aussi. Il prévoit un financement à 100% dont le coût global ne dépasse pas 1000 000 DA⁷⁹.

❖ Répartition des crédits octroyés par genre

Figure N° 03: Répartition des crédits octroyés par genre en 2021



Source : ANGEM ,2021

On voit clairement que les femmes ont reçu la majorité des crédits. Les données présentées montrent que les femmes sont plus susceptibles que les hommes de recevoir des crédits. Cela dû à un certain nombre de facteurs, tels que :

- Les femmes sont plus susceptibles de démarrer des petites entreprises.
- Les femmes sont plus susceptibles de demander des crédits de petite taille.
- Les femmes sont plus susceptibles de rembourser leurs crédits à temps.

Il existe encore des disparités entre les sexes en matière d'accès au crédit. Les hommes sont toujours plus susceptibles d'obtenir des crédits plus élevés que les femmes.

❖ Les crédits octroyés par le type de financement

Le tableau ci -dessous présente les données sur les crédits octroyés par le ministère de l'Economie et de la Promotion de l'Investissement en Algérie par type de financement pour les années 2019, 2020 et 2021.

⁷⁸MAKHLOUF, Y. B. L'entrepreneuriat féminin et les dispositifs d'aide à la création d'entreprises en Algérie.

⁷⁹Harrar, S. (2021). Ecosystème D'accompagnement Entrepreneurial en Algérie: Etat des Lieux The Entrepreneurial Support Ecosystem in Algeria: State of Play. *Revue Abaad Iktissadia Vol, 11(01)*, 391-418.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Tableau N°08 : Répartitions des crédits octroyés par type de financement (Cumul de 2005 au, 31/12/2019, 31/12/2020), 31/12/2021)

Type de financement	2019			2020			2021		
	Nombre	%	Emplois créés	Nombre	%	Emplois créés	Nombre	%	Emplois créés
Financement Achat de Matières Premières	832 247	90,46%	1 219 080	851 610	90,38%	1 153 171	862 328	90,10%	1 254 112
Financement triangulaire « ANGEM-Banque-promoteur »	87 738	9,54%	133 090	90 604	9,62%	88 280	94 728	9,90%	145 947
Total	919 985	100,00%	1 352 170	942 214	100,00%	1 379 721	957 056	100%	1 400 059

Source : Bulletins d'informations statistiques de la PME,(31/12/2019), (31/12/2020),(31/12/2021)

Le tableau montre que le financement par achat de matières premières est le type de financement le plus utilisé, représentant plus de 90% des crédits octroyés chaque année puisqu'il permet aux entreprises, d'acquérir les matières premières dont elles ont besoin pour fonctionner. Ce type de financement est particulièrement important pour les entreprises industrielles. Le financement triangulaire-ANGEM-Banque est le deuxième type de financement le plus utilisé, avec une part de marché d'environ 10% chaque année. C'est un type de financement qui permet aux entreprises de bénéficier d'un prêt garanti par l'Etat. Ce type de financement est particulièrement important pour les petites et moyennes entreprises (PME) qui ont du mal à obtenir des prêts bancaires traditionnels.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Le nombre d'emplois créés grâce aux crédits octroyés a augmenté chaque année, passant de 919 965 en 2019 à 957 056 en 2021. Cela indique que les crédits octroyés par le ministère de l'Economie et de la Promotion de l'Investissement contribuent à la création d'emplois en Algérie.

❖ Les crédits octroyés par secteur d'activité :

Le tableau N°09 présente le montant total des crédits octroyés par les banques aux entreprises algériennes, ventilé par secteur d'activité, pour l'année 2021.

Tableau N° 09: Les crédits octroyés par secteur d'activité :

Secteur d'activités	Nombre de prêts octroyés	Montants accordés	Part (%)
Agriculture	129 405	9 063 169 357	13,52%
TPI	378 891	19 561 102 405	39,58%
BTP	84 462	7 591 104 080	8,83%
Services	189 270	17 775 707 023	19,78%
Artisanat	168 624	10 136 421 920	17,62%
Commerce	5 435	1 367 615 285	0,57%
Pêche	969	135 631 739	0,10%
Total	957 056	65 630 751 806,79	100%

Source Bulletins d'informations statistiques de la PME, (31/12/2021).

Par secteur d'activité, les TPI (Très Petites Industries), les services, l'artisanat et l'agriculture sont les secteurs ayant bénéficié de la majorité des prêts octroyés avec près de 91% du total (le tableau N°09).

2.1.4. Dispositif « CNRC » :

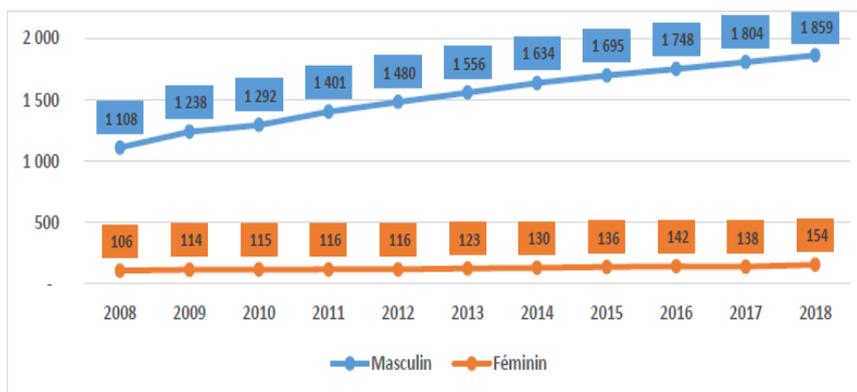
Le C.N.R.C assure une mission de service public, à ce titre, joue un rôle important et déterminant dans le monde des affaires, eu égard à la valeur économique des informations qu'il détient et qu'il met à la disposition de tous les utilisateurs. Ceci se traduit, notamment, par la publication d'une revue statistique annuelle diffusée gratuitement auprès des institutions et des organismes publics et privés ainsi que celles du monde universitaire (chercheurs, étudiants, ...). Concernant, le bilan statistique de l'exercice 2019, il se caractérise par les éléments clés suivants : Il a été enregistré un nombre de 577.373 inscriptions, soit une hausse de 47,3% par

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

rapport à l'année 2018 (+56,4% pour les personnes physiques et -2,8% pour les personnes morales).⁸⁰

2.1.4.1. Evolution de la population des commerçants par sexe :

Figure N°04 : Evolution du nombre des opérateurs inscrits au CNRC, par sexe (En millier)



Source : à partir des revues statistiques du CNRC (2008- 2018).

Le nombre de commerçants inscrits au CNRC, estimé à près de 1,2 millions en 2008, a dépassé les 2 millions en 2018 (évolution de 66 % sur cette période), l'analyse de cette évolution révèle des différences entre les deux sexes : alors que le nombre de commerçants autant féminins que masculins a augmenté au cours de la dernière décennie, le rythme d'évolution annuel moyen est estimé à 5,1 % pour les hommes et à environ 3,8 % pour les femmes.

L'étude de cette série révèle aussi une tendance à la stagnation de la proportion de femmes parmi l'ensemble des commerçants, à 7,7%. Autrement dit, parmi les cent opérateurs économiques inscrits au CNRC, seuls huit sont des femmes.

Les statistiques du CNRC relatives aux femmes commerçantes inscrites au registre de commerce révèlent que le nombre de femmes commerçantes est passé de 159.807 fin 2019 à 165.911 fin 2020, puis 173.687 fin 2021, et 179.049 en 2022 pour atteindre 187.741 en 2023 et évoluer vers 192.568 femmes à fin février 2024.

Ces femmes représentent actuellement 8% du nombre total des commerçants inscrits au CNRC, estimés à fin février dernier à 2.308.181, selon la même source qui détaille encore que

⁸⁰Du Gouvernement, S. G. (2020). République Algérienne Democratique et Populaire. *Code Pénal*.

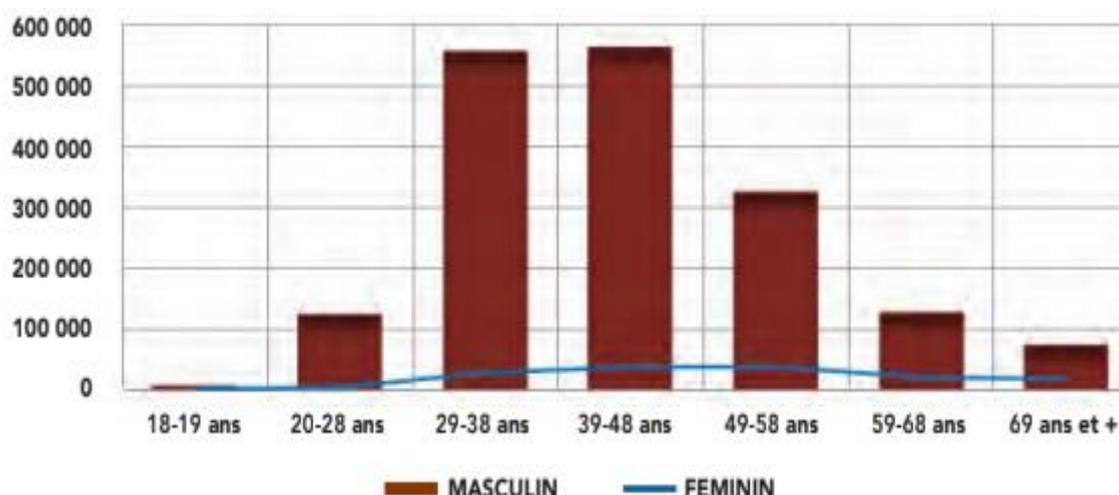
CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

175.556 femmes commerçantes sont immatriculées en tant que personnes physiques et 17.012 sont retenues au CNRC, en tant que personnes morales (gérantes d'entreprises)⁸¹.

2.1.4.2. Répartition des Commerçants inscrits (Actifs) Au Registre du Commerce par classe d'Âge A Fin 2020 :

Le taux des opérateurs économiques personnes physiques, genre féminin, est 7,96% qui représente un taux faible par rapport à celui du genre masculin (92, 04%). La classe d'âge des commerçants, la plus répandue, est celle de 39 à 48 ans, avec un taux de 31,43%. Pour le genre masculin : Sur un total de 1.762.303 commerçants la classe d'âge de 39 à 48 ans est la plus imposante soit 31,93% du total, suivie par la classe 29 à 38 ans (31, 43%). Les hommes sont basés globalement dans les wilayas d'Alger (11,1%), d'Oran (4,6%), de Sétif (4,5%) et de Tizi-Ouzou (4,2%). Pour le genre féminin : Sur un total de 152.392 personnes physiques, 25,59% représente la classe d'âge la plus fréquente qui est celle de 39 à 48 ans, suivie par la classe des 49 à 58 ans (24,63%). Les femmes sont concentrées essentiellement dans la wilaya d'Alger avec un taux de 8% du nombre global, suivie de la wilaya d'Oran avec un taux de 6,1% et Tizi Ouzou et Sidi Bel Abbes avec 3,8% chacune. 93,6% du nombre total des sociétés, pour ce qui est du genre du gérant, sont des hommes, représentant la majorité par rapport aux femmes. Essentiellement, ils sont concentrés dans les métropoles à savoir : Alger, Oran et Sétif avec des taux, respectivement, 31,3%, 8,1% et 5,3%.

Figure N°05: Répartition du Nombre de Commerçants PAR genre et PAR Classe d'Âge A Fin 2020



⁸¹<https://www.aps.dz/economie/167972-registre-de-commerce-plus-de-32-000-nouvelles-femmes-commerçantes-inscrites-en-5-ans>

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Source : le registre du commerce Indicateurs & Statistiques / 2020

2.1.4.3. Le secteur d'activité

Selon le Centre national du registre de commerce (CNRC) jusqu'à fin février 2018, le nombre de femmes chefs d'entreprises inscrites au CNRC ne représente que 7,6% du total de la population des chefs d'entreprises en Algérie. (Les professions libérales et les activités agricoles sont exclues du fait qu'elles soient régies par des dispositifs législatifs et réglementaires particuliers). Ce taux demeure très faible malgré la progression féminine en matière d'emploi en Algérie⁸².

Les 5 dernières années 2019-2024, les commerçantes en tant que personnes physiques sont versées essentiellement dans l'activité de la distribution en détail, avec 90.813 femmes, représentant un taux de 48,22% de cette catégorie, suivie par l'activité des services avec 75.426 commerçantes pour un taux de 40,05% alors que 15.990 autres commerçantes sont versées dans la production de biens (8,49%), 5.746 dans la distribution en gros (3,05 %), 270 dans la production artisanale (0,14%) et 92 dans l'exportation (0,05 %).

En tant que personnes morales, le nombre de commerçantes exerçant dans le domaine des services est en tête de liste avec 7.750 femmes (40,28%), contre 5.279 autres commerçantes activant dans la production des biens (27,44 %), 2.143 femmes commerçantes dans l'importation pour la revente en l'état (11,14%), 2.009 dans la distribution en gros (10,44%), 1.607 dans la distribution en détail (8,35%), 304 dans l'exportation (1,58%) et 147 commerçantes dans le domaine de la production artisanale (0,76%).

Conclusion

L'entrepreneuriat féminin est un levier important pour le développement économique de l'Algérie. Il est donc essentiel de mettre en place des politiques publiques et des programmes spécifiques pour favoriser la création et la pérennisation d'entreprises créées par des femmes et Les PME en Algérie ont traversé diverses phases de développement depuis 1962. En Algérie, les petites et moyennes entreprises privées, publiques et les artisans jouent un rôle essentiel dans l'écosystème entrepreneurial. Pour ce qui est de l'entrepreneuriat féminin, des structures d'appui et d'accompagnement existent, comme l'ANADE, ENGAM, CNRC et CNAC, qui visent à aider les femmes entrepreneures à créer et à gérer leurs entreprises. Ces mesures

⁸²Messaouda, R. N., & Amina, B. E. R. R. E. Z. I. G. A. Les motivations et obstacles de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat. *Revue recherche économique contemporaine* ISSN, 2623, 2602.

CHAPITRE II Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

permettent de créer des occasions et des ressources afin de surmonter les difficultés auxquelles font face les femmes entrepreneures en Algérie.

CHAPITRE III : l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin

Introduction

Dans le but de présenter notre travail et d'éclaircir les différents étapes et outils de réalisation, nous avons dédié le présent chapitre à la présentation de méthodologie utilisée lors de l'enquête.

Dans ce contexte, nous allons expliquer notre démarche concernant l'objectif de l'enquête, la taille et le choix de l'échantillon, le déroulement de l'enquête, les instruments de collecte de données dans la première section.

Par la suite, dans la deuxième partie, nous allons exposer l'analyse des résultats obtenus suite à l'enquête de terrain.

Section 01: La démarche méthodologique de l'enquête de terrain :

Au cours de cette section, nous allons présenter les différentes étapes suivies pour la Réalisation de notre enquête. Tout d'abord, nous exposerons l'objectif de notre étude, puis nous dresserons une conception du questionnaire et nous conclurons par la présentation des méthodologies afin de former la population et l'échantillon d'étude et de présenter leurs principales caractéristiques.

1.1. Méthodologie de travail

Notre travail est structuré comme suit :

1.1.1. Objectifs de l'enquête de terrain :

Notre enquête a pour but de collecter les informations de terrain pour les besoins des Vérifications des trois hypothèses émises au départ, en abordant notamment les motivations, les caractéristiques des entreprises des femmes entrepreneures, ainsi que les principaux problèmes qui leurs sont spécifiques et de ressortir leur profils (âge, niveau d'instruction et les secteurs les plus fréquentées par ces dernières).

Cette enquête a pour objectifs d'aborder ces différents niveaux d'analyses afin d'aboutir à une meilleure compréhension de la réalité des femmes entrepreneures et leur place dans la société.

1.1.2. Elaboration du questionnaire :

Nous avons utilisé un questionnaire, qui est l'outil de base de notre travail. Il a été élaboré de façon à recueillir les informations nécessaires à la réalisation de cette étude.

Il vise donc à apporter des réponses précises et fiables aux questions que nous nous sommes posées, afin d'obtenir des éclaircissements qui nous aideront à mieux appréhender le phénomène observé. Il est construit en fonction de l'objectif de notre étude et des interlocuteurs à qui il s'adresse.

Afin de garantir la fiabilité des réponses, nous avons fait notre possible pour simplifier les questions aux femmes entrepreneures. Nous avons élaboré un questionnaire comportant 22 questions. Selon la nature des réponses qu'on cherche à obtenir, les questions sont soit ouvertes ou fermées. Elles se focalisent sur trois principaux axes complémentaires :

Axe 01 : Caractéristiques personnelles

Le premier axe comprend le profil de la femme entrepreneur, les questions de 1 à 8 Traitent l'âge à la création, le niveau d'instruction, de la position dans l'entreprise, de L'expérience acquise, et les motivations de la création de son entreprise.

Axe 02- Caractéristiques de l'entreprise

Le second axe vise à recueillir les informations générales sur l'entreprise enquêtée. Dans Ce cas les questions 9 jusqu'à 17 nous renseignent sur le secteur d'activités, taille de l'entreprise, du chiffre d'affaires annuel, année de création, statut juridique, mode de financement et enfin les objectifs entrepreneuriaux.

Axe 03- Motivations et obstacles

Ce troisième axe accumule les questions de 17 jusqu'à 22 qui ont pour but de savoir Comment est venue l'idée de créer l'entreprise, les sources de motivations aux démarches entrepreneuriales ainsi que les difficultés ou contraintes rencontrés lors de la création.

1.1.3. Déroulement de l'enquête :

L'enquête s'est déroulée durant le début de mois de Mars jusqu'à la fin de mois d'Avril 2024 Où nous avons choisi de collecter des informations et des données sur le secteur des petites et moyennes entreprises de la wilaya de Bejaia.

En premier lieu, nous avons pris des contacts avec les chambres d'artisanats à sidi Alilebhar et à aokes de la wilaya de Bejaia pour collecter des données sur les petites et moyennes entreprises dirigées par les femmes. Ensuite nous avons ciblé des organismes étatiques d'aide à la création d'entreprise, Il s'agit en particulier de l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANADE), de l'ANGEM.

Nous avons réalisé la remise de questionnaire par nous même pour toutes les entreprises. Afin de clarifier certaines questions qui peuvent sembler ambiguës pour la répondante, nous avons choisi d'être présents lors des réponses aux questionnaires.

Il est important de souligner que les femmes entrepreneures qui ont pris le temps de répondre à notre questionnaire nous ont accueillies avec gentillesse et courtoisie, nous ont écoutées et nous ont fait profiter de leurs expériences acquises tout au long de leur parcours.

1.1.4. Le choix et la taille de l'échantillon :

La constitution de l'échantillon a été faite sur la base d'une liste de 40 femmes Entrepreneures. L'identification de notre échantillon (des femmes entrepreneures à enquêter) a été faite via des relations personnelles. Sur les 40 questionnaires distribués auprès des Femmes entrepreneures identifiées, nous les avons tous récupérés, ce qui représente un taux de réponse de 100%.

1.1.5. La technique de traitement des questionnaires :

Le traitement des enquêtés a commencé par le dépouillement de questionnaires et la hiérarchisation des informations et des observations recueillies.

Toutes les informations recueillies ont été codifiées sous forme de variables intégrées et saisies dans une base de données sous les logiciels Microsoft office EXCECEL 2016.

Après avoir présenté les démarches méthodologiques de notre enquête dans cette Section, nous allons procéder à l'interprétation et l'analyse des résultats de l'enquête de terrain qui fera le sujet de la dernière section.

Section 02 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

À ce stade, notre attention se porte sur les résultats de l'enquête concernant les caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin dans la Wilaya de Bejaia, en analysant les données des questionnaires collectés.

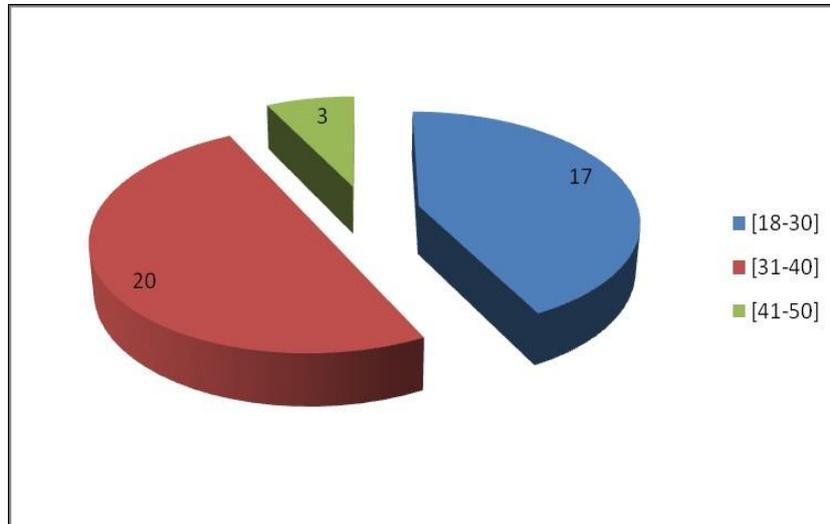
2.1. Les caractéristiques personnelles : Profil des femmes entrepreneures enquêtées

L'enquête que nous avons menée auprès femmes entrepreneurs au niveau de la wilaya de Bejaïa nous a révélé un certain nombre d'information concernant le profil de ces femmes interrogés.

2.1.1. L'âge des femmes à la création :

Pour appréhender l'âge des femmes entrepreneures, il a été retenu de les classer en trois tranches d'âges. Comme le montre la figure N°06ci-après

Figure N°06: L'âge des femmes entrepreneures à la création.



Source : relises par nous-même sur là-bas des donnes collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

D'après notre enquête, on a trouvé que la tranche d'âge la plus représentée parmi les femmes créatrices d'entreprise est celle des (31-40) ans, avec (20) femmes, soit 38% du total. Cela peut s'expliquer par plusieurs facteurs, tels que l'acquisition d'expérience professionnelle, la recherche d'un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée, ou encore le désir de se lancer dans un nouveau défi après avoir élevé des enfants. Cette tranche d'âge est suivie de celle des (18-30) ans avec 17 femmes (32%) et enfin celle des (41-50) ans avec seulement 3 femmes (6%). Si l'on prend en compte l'âge moyen de création d'entreprise qui est de 33 ans, cela confirme que la catégorie des (31-40) est la plus représentative des femmes entrepreneures.

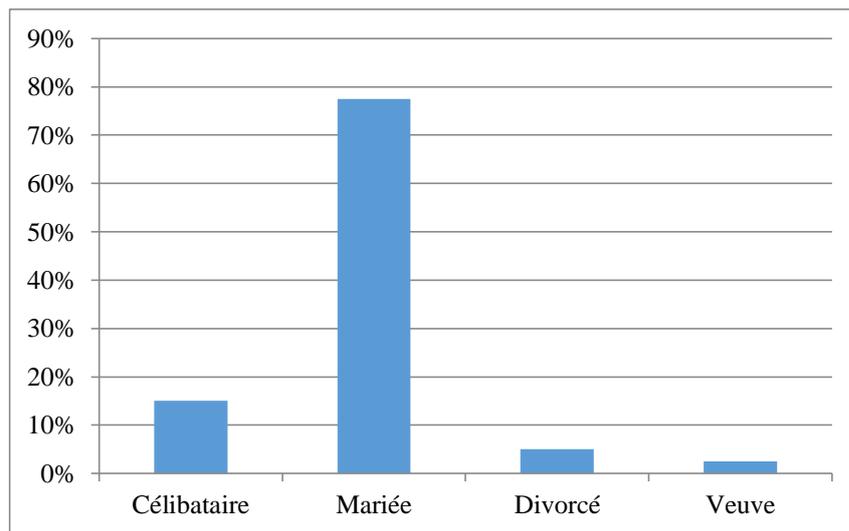
2.1.2. La situation familiale :

Dans l'analyse de la situation familiale des femmes entrepreneures, nous allons analyser le statut matrimonial et le nombre d'enfants à charge, de ces dernières.

2.1.2.1. Le statut matrimonial :

Dans l'analyse de la situation familiale il était question de comprendre les caractéristiques du milieu familial de ces femmes. Cette figure illustre les résultats suivants :

Figure N°07 : La situation familiale des femmes lors de la création de leur entreprise.



Source :relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

La majorité des femmes étaient mariées lorsqu'elles ont créé leur entreprise, comme le montre la barre très élevée pour la catégorie "Mariée". Cela pourrait indiquer que le soutien du conjoint ou la stabilité financière du mariage peut jouer un rôle dans l'encouragement de l'entrepreneuriat féminin. Mais aussi, cela peut s'expliquer par la nécessité de contribuer aux dépenses du foyer familial, notamment dans le cas où le salaire du conjoint est insuffisant. Donc à priori, le mariage ne semble pas constituer un frein à la création d'entreprise par les femmes. En revanche, les catégories "Célibataire", "Divorcée" et "Veuve" présentent des pourcentages nettement plus faibles et Cela pourrait suggérer qu'elles ont plus de difficultés pour créer leur propre entreprise, peut-être en raison de contraintes financières ou de l'absence de soutien

2.1.2.2. Nombre d'enfants :

Tableau N°10: Nombre d'enfants à charge

Nombre d'enfants	Effectif
Femmes avec enfants à charge	29
Sans enfants à charge	5

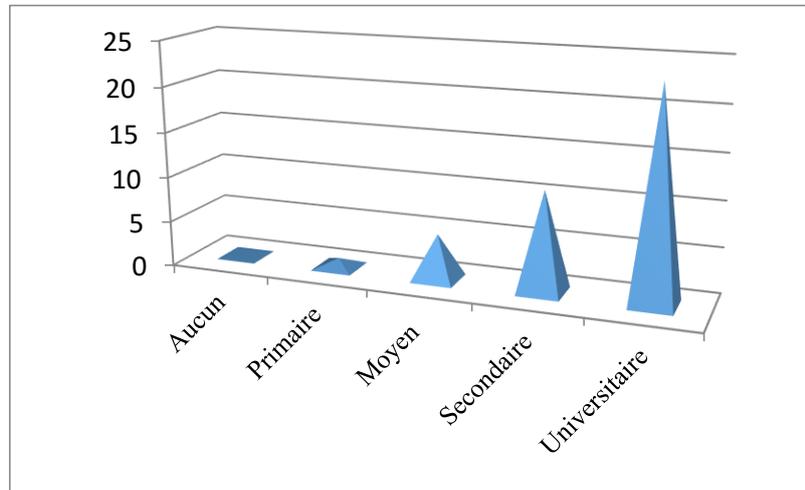
Source :relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

Le tableau montre que 29 femmes entrepreneures sur 34 ont des enfants. Il signifie que la grande majorité des femmes entrepreneures sont également mères. Ce résultat laisse suggérer que le fait d'avoir des enfants ne constitue pas un frein pour la création d'entreprise.

2.1.3. Niveau d'instruction :

En réponse à la question : « Quel est votre niveau d'instruction ? », Nous avons obtenu les résultats suivants :

Figure N°08 : Niveau d'instruction des femmes entrepreneurs enquêtées.



Source :relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

La catégorie de femmes entrepreneures est le plus élevé pour celles ayant un niveau d'instruction universitaire. Et a catégorie des femmes entrepreneures diminue progressivement pour les femmes ayant un niveau d'instruction inférieur.

Les femmes sans aucun diplôme ou avec un diplôme d'études primaires sont les moins représentées parmi les femmes entrepreneures.

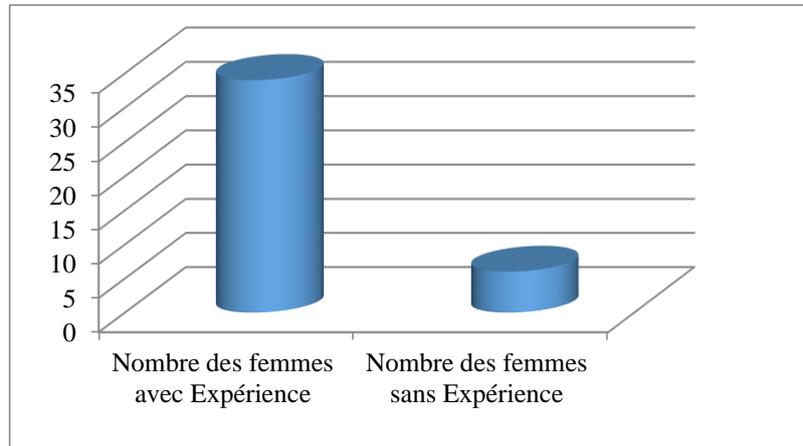
Ces résultats montrent que le niveau d'instruction est un facteur important pour l'entrepreneuriat féminin. Les femmes ayant un niveau d'instruction supérieur sont plus susceptibles de créer et de gérer leur propre entreprise. Cela peut s'expliquer par plusieurs facteurs, tels que :

- Un niveau d'éducation supérieur peut donner aux femmes les compétences et les connaissances nécessaires pour réussir en affaires.
- Un niveau d'éducation supérieur peut accroître la confiance en soi et l'ambition des femmes.
- Un niveau d'éducation supérieur peut donner aux femmes accès à des réseaux et à des opportunités de financement.

2.1.4. L'expérience professionnelle antérieure :

L'expérience professionnelle joue un rôle important dans le choix du secteur d'activité.

Figure N°09 : Expérience professionnelle antérieure des femmes enquêtées.



Source : relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

Le nombre de femmes avec expérience est plus élevé que le nombre de femmes sans expérience. (34) des femmes ont de l'expérience professionnelle antérieure. (6) Des femmes n'ont pas d'expérience professionnelle antérieure.

D'après ces résultats, il semble que la majorité des femmes possèdent une certaine expérience professionnelle. C'est un élément bénéfique pour l'entreprise, car les employés expérimentés sont souvent plus productifs et efficaces que les employés inexpérimentés.

2.1.5. Influence et soutien de l'entourage :

Le nombre de femmes ayant déclaré avoir un entrepreneur dans leur entourage est de l'ordre de 24. Ce résultat montre que la présence d'entrepreneurs dans l'entourage peut avoir un impact positif sur les aspirations entrepreneuriales des femmes. L'exposition à des modèles de réussite et à des exemples concrets d'entrepreneuriat féminin peut encourager et inspirer d'autres femmes à se lancer dans leur propre aventure entrepreneuriale.

- Pour ce qui est de la nature du soutien qu'elles ont reçu de la part de cet entourage

Tableau N°11 : Type de soutien

Type de soutien	Fréquence
Financier	20
Matériel	8
Moral	26

Source :relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

On a (26) femmes ont déclaré avoir reçu un accompagnement sur le plan moral, (20) d'autres elles ont évoqué un soutien de nature financière. Ces résultats suggèrent que l'entourage joue un rôle crucial dans la démarche entrepreneuriale des femmes et le soutien moral est un élément important du bien-être des personnes interrogées. Le soutien financier est également important, mais il est plus souvent associé au soutien moral. Le soutien matériel est moins fréquent, mais il peut être crucial pour certaines personnes.

2.2. Les caractéristiques de l'entreprise

Nous examinerons les spécificités de l'entreprise à travers le point de vue de l'entrepreneuriat féminin, mettre en évidence les difficultés et les opportunités particulières auxquelles font face les femmes entrepreneures dans leur carrière.

2.2.1. Le secteur d'activité :

L'analyse sectorielle des entreprises créées par les femmes enquêtées, montre une prédominance des activités artisanales (20), qui s'inscrivent le plus souvent dans le prolongement de leurs tâches domestiques (couture, crèche, gâteaux traditionnels), et celles qui relève du secteur des services (19), qui ne nécessite pas des investissements initiaux importants.

Tableau N°12 : Secteur d'activité de l'entreprise

Secteur	Effectif
Services	19
Artisanat	20
Industrie	1
Total	40

Source :relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

2.2.2. La taille de l'entreprise :

D'après les résultats de notre enquête on a trouvé que les entreprises sont des très petite (TPE). Cette caractéristique peut être liée au secteur d'activité, ou encore à un choix de la part des femmes, pour en rester à la tête de très petite entités, en vue de garder le contrôle, et d'assurer une certaine harmonie avec les obligations familiales.

2.2.3. L'année de la création :

Tableau N°13: Année de création de l'entreprise.

Période	Fréquence
Avant 2000	3
2000 – 2009	4
2010 – 2018	16
2019– 2024	17
TOTAL	40

Source : relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

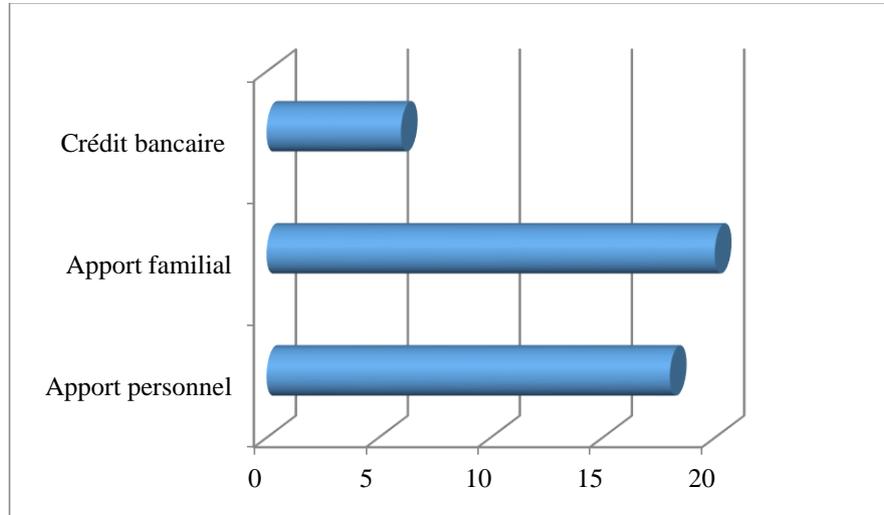
Selon les périodes de création, le nombre d'entreprises augmente d'une période a une autre, La première observation notable est la tendance à l'augmentation de la fréquence de création d'entreprises au fil du temps. En effet, le nombre d'entreprises créées entre 2010 et 2018 est nettement supérieur à celui des périodes précédentes. La tendance se poursuit dans la période la plus récente (2019-2024) a connu la plus forte création d'entreprises, tant en termes de fréquence absolue que de proportion.

2.2.4. Le statut juridique :

Selon notre étude on a trouvé que le statut juridique de l'entreprise EURL individuelle est une option populaire pour les entrepreneurs en Algérie, en raison de sa simplicité et de sa flexibilité. Ce statut est adapté aux personnes qui souhaitent exercer une activité économique en leur nom propre, tout en bénéficiant d'une certaine protection de leur patrimoine personnel.

2.2.5. Le mode de financement :

Figure N°10 : Mode de financement de l'entreprise.



Source : relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

Selon les résultats de notre enquête, L'apport familial est le mode de financement le plus utilisé, avec nombre plus élevé (20) des répondants. Cela indique que les personnes ont souvent recours à l'aide de leurs proches pour financer leurs projets. En passant au deuxième mode de financement est l'apport personnel, avec (18) Cela signifie que ces personnes ont choisi de financer leur projet en utilisant leurs propres économies.

Le crédit bancaire est le mode de financement le moins utilisé, avec (6) seulement des répondants. Cela peut s'expliquer par plusieurs facteurs.

2.2.6. Les objectifs entrepreneuriaux :

Tableau N°14 : Objectifs entrepreneuriaux des femmes enquêtées.

Objectif	Oui
Croissance du chiffre d'affaires	21
Maintien de la taille de l'entreprise	21
Nouveaux marchés	14
Lancement de nouveaux produits ou services	13

Source : relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

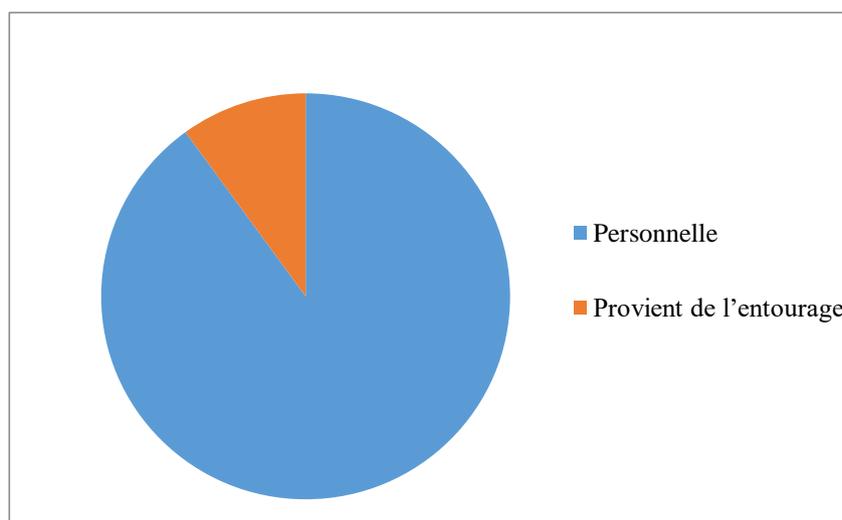
Les femmes ayant participé à notre enquête se donnent plusieurs objectifs entrepreneuriaux. Les plus évoqués concernent la croissance du chiffre d'affaire (21), le maintien de la taille de l'entreprise (21), la recherche de nouveaux marchés (14) ou encore le lancement de nouveaux produits ou services (13).

2.3. Les motivations et les obstacles :

Nous explorons les complexes dynamiques des motivations et des obstacles qui sous-tendent notre étude

2.3.1. L'idée de création de l'entreprise :

Figure N°11 : Idée de création de l'entreprise.



Source : relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

Les résultats montrent que l'idée de création de l'entreprise est principalement d'origine personnelle (36) Cela est éventuellement lié au fait qu'une part importante des femmes à un niveau d'instruction et un capital d'expérience assez important, leur permettant de forger des idées et identifier des opportunités qui peuvent déboucher sur un projet de création.

2.3.2. La source de motivation des entrepreneurs :

A la question de savoir quelles sont les raisons qui ont poussé ces femmes à s'orienter vers l'entrepreneuriat, les résultats de l'enquête permettent d'avoir quelques indications sur les motivations les plus dominantes, Le tableau montre que les motivations les plus fréquentes pour créer une entreprise sont :

Tableau N°15:Source de motivation des femmes entrepreneurs.

Source de motivation	OUI	NON
Avoir un revenu	29	11
Améliorer le revenu du foyer	26	14
Indépendance et liberté	20	20
Autonomie financière	18	22
Equilibre entre vie familiale et vie professionnelle	17	23
Réalisation de soi	15	25
Reconnaissance social	15	25
Insatisfaction dans un emploi antérieur	8	32
Difficulté de trouver un emploi salarié	5	35
Perte d'emploi	1	39
Evénement accidentel (divorce, décès, d'un proche,...)	0	40

Source :relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

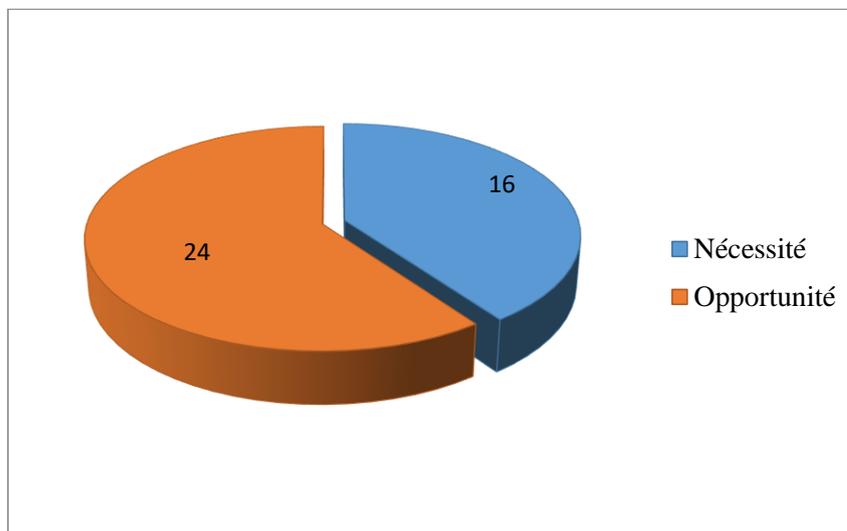
D'après notre enquête on a constatés que Ces motivations sont regroupées en trois catégories :

- **Motivations financières:** Il s'agit du désir de gagner plus d'argent, d'améliorer son revenu personnel ou familial, ou d'atteindre une autonomie financière. Ces motivations sont souvent liées à un sentiment d'insatisfaction vis-à-vis de la situation professionnelle actuelle, ou à une difficulté à trouver un emploi salarié.
- **Motivations personnelles:** Elles regroupent le besoin d'indépendance et de liberté, la recherche de l'épanouissement personnel et la reconnaissance sociale. Ces facteurs motivent souvent les entrepreneurs qui ont une passion pour leur projet et une volonté de faire la différence.
- **Motivations sociales:** Elles englobent le désir de créer des emplois, de contribuer au développement de la communauté ou d'avoir un impact positif sur la société.

2.3.3. La raison de création de l'entreprise :

La création d'une entreprise peut être motivée par deux facteurs principaux : la nécessité et l'opportunité. Les entreprises créées par nécessité répondent à un besoin réel du marché, tandis que les entreprises créées par opportunité exploitent une occasion commerciale prometteuse.

Figure N°12 :Raison de la création de l'entreprise.



Source : relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

Selon la figure (N°12) de notre étude,les (24) des entreprises sont créées par opportunité Cela signifie que la création d'entreprise est perçue comme un moyen de réaliser un projet personnel, de valoriser ses compétences et de concrétiser une idée innovante. (16) des entreprises sont créées par nécessité. Cela signifie que la création d'entreprise est perçue comme un moyen de subvenir à ses besoins et à ceux de sa famille.

2.3.4. Les obstacles dans l'aventure entrepreneuriale :

L'entrepreneuriat est un défi, mais c'est aussi une source de grande satisfaction. En étant conscients des obstacles qu'ils sont susceptibles de rencontrer et en prenant des mesures pour les surmonter, les entrepreneurs peuvent augmenter leurs chances de réussite.

Tableau N°16: Obstacles dans l'aventure entrepreneuriale chez les femmes enquêtées.

Obstacles	Oui
Difficulté de trouver les Financements nécessaires	15
Lourdeur de la démarche administrative	11
Difficulté de concilier entre travail et famille	8
Discrimination des tiers (banquiers, fournisseurs , clients	6
Faire face à la concurrence	9
Autres	10

Source :relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

Le tableau montre que les principaux obstacles rencontrés par les entrepreneurs sont les suivants :

Difficulté de trouver les financements nécessaires 15 femmes : C'est l'obstacle le plus fréquemment cité par les entrepreneurs. Il est suivi par la lourdeur de la démarche administrative et la difficulté de concilier vie professionnelle et vie familiale

2.3.5. Aperçu des perceptions des femmes sur l'entrepreneuriat :

En réponse à la question « **Que pensez-vous des assertions suivantes** » Nous avons obtenu les résultats suivants :

Tableau N°17: Présentation de l'aperçu des perceptions des femmes sur l'entrepreneuriat.

	Vrais	Faux
Les femmes seraient moins capables d'entreprendre	2	38
L'entrepreneuriat est un domaine masculin	2	38
Les femmes sont victimes de discrimination dans le domaine entrepreneurial	26	14
Le développement de l'entrepreneuriat chez les femmes nécessite des dispositifs qui leur sont propres	34	6
L'accès des femmes à l'entrepreneuriat devrait se limiter à quelques secteurs	23	17
L'accès des femmes à la création d'entreprise est mieux perçu lorsque la création s'inscrit dans la continuité de leur parcours académique	21	19
L'entrepreneuriat féminin est incompatible avec les valeurs sociales	6	34

Source :relises par nous-même sur la base des données collectées de notre enquête Bejaïa ,2024.

Selon les résultats de notre enquête les femmes sont largement d'accord avec l'affirmation selon laquelle les femmes sont victimes de discrimination dans le domaine entrepreneurial (26 réponses "vrai" contre 14 réponses "faux").

Les femmes sont également largement d'accord avec l'affirmation selon laquelle le développement de l'entrepreneuriat chez les femmes nécessite des dispositifs qui leur sont propres (34 réponses "vrai" contre 6 réponses "faux"). Il y a un consensus moins marqué sur d'autres affirmations, telles que l'idée que les femmes seraient moins capables d'entreprendre (2 réponses "vrai" contre 38 réponses "faux") ou que l'entrepreneuriat féminin est incompatible avec les valeurs sociales (6 réponses "vrai" contre 34 réponses "faux").

Les résultats de cette enquête suggèrent qu'il existe un besoin important de politiques et de programmes qui soutiennent les femmes entrepreneures et qui s'attaquent à la discrimination à laquelle elles sont confrontées.

Conclusion

Après avoir examiné tous les résultats de l'enquête, on a pu mettre à la lumière l'évolution de création d'entreprise pour les femmes qui ont investi dans la wilaya de Bejaia. D'après les résultats obtenus, le profil des femmes entrepreneures qui ont été interrogées nous montre qu'elles ont plus de 30 ans, sont mariées, ayant un niveau d'instruction d'études supérieures universitaires.

Les femmes se lancent dans la création des très petites entreprises sous forme individuelle, cela explique qu'elles cherchent à bien gérer et mieux contrôler leurs propres activités et être la propre patronne. En ce qui concerne les secteurs d'activités, les femmes se concentrent beaucoup plus dans les services (coiffeuse, crèche, couture,) car c'est le secteur le plus dynamique, ainsi que dans les fonctions libérales du fait qu'elles continuent à étudier dans leur domaine d'études. Pour conclure, obstacles qui entravent les femmes entrepreneures enquêté est principalement la difficulté de trouver les financements nécessaires pour leurs activités.

Conclusion général

Conclusion générale

Conclusion générale

L'entrepreneuriat féminin est un domaine qui a connu une croissance significative ces dernières années. Leur contribution à l'économie est essentielle et mérite d'être reconnue et soutenue pour favoriser l'égalité et le développement économique.

Notre projet de fin d'étude a mis en lumière certaines réalités liées aux activités des femmes entrepreneurs qui occupent une place marginale parmi la population globale des entrepreneurs en Algérie. Les statistiques issus des différents dispositifs d'aide à la création et à la promotion de l'entrepreneuriat font état d'une participation très faible des femmes, qui ne dépasse pas 10%. En d'autres termes, seule une entreprise sur 10 est créée par une femme.

Ces dernières sont à la tête de très petites entités, dont l'effectif ne dépasse pas 10 employés, concentrées sur des secteurs à faible valeur ajoutée, tels que les services et les activités artisanales, qui ne demandent pas des investissements importants

Il ressort également de notre étude que la majorité des femmes entrepreneurs ont plus de 30ans, et majoritairement mariées avec enfants, Elles ont un haut niveau d'instruction (universitaire).

Les entreprises enquêtées se caractérisent le plus souvent par leurs très petites tailles (TPE). Leurs activités sont orientées surtout dans les professions libérales et dans les services. Les formes juridiques les plus répondues de notre échantillon d'entreprises est l'entreprise individuelle.

Le recours à l'enquête pour recueillir les informations nécessaires était indispensable pour répondre à notre problématique et de vérifier les hypothèses formulées au départ.

Les résultats de notre enquête montrent que la majorité de femmes entrepreneures de notre échantillon créent leurs entreprises par opportunité. De plus parmi les motivations de ces femmes à la création d'entreprise, le désir de gagner plus d'argent, d'améliorer son revenu personnel ou familial, ou d'atteindre une autonomie financière. Ces motivations sont souvent liées à un sentiment d'insatisfaction vis-à-vis de la situation professionnelle actuelle, ou à une difficulté à trouver un emploi salarié. Ceci nous amène à confirmer notre première hypothèse qui consiste à dire que : **Les femmes au niveau de la wilaya de Bejaïa s'orientent vers l'entrepreneuriat par opportunité, créant des entreprises qui constitue un choix professionnel forcé.**

Ces résultats qui peuvent paraître contradictoires, mettent en fait l'accent sur les limites de l'approche Push vs Pull de la motivation, et qui se confirme dans notre cas. En fait la création

Conclusion générale

d'entreprise est souvent le fruit d'un mix motivationnel, qui fait intervenir à la fois des facteurs, qui attirent positivement vers la création d'entreprise, mais aussi des facteurs, qui sont l'expression d'une nécessité de s'orienter vers l'entrepreneuriat.

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 y a des femmes souffrent des difficultés de trouver les financements nécessaires ainsi que la lourdeur de la démarche administrative. Néanmoins, les femmes dans leur majorité ne retiennent pas des obstacles spécifiques, qui sont perçus comme propres aux femmes (discrimination, difficulté de conciliation entre travail et famille). Ce résultat suggère de ne pas confirmer notre deuxième hypothèse qui consiste à dire que : **Les femmes entrepreneurs au niveau de la wilaya de Bejaïa font face à des obstacles spécifiques dans leurs aventures entrepreneuriales.**

Bibliographie

Bibliographie

1- Ouvrage :

- Anssen, F. (2016). *Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur, p. 173
- Capobianco, M. C., Liautaud, M., & Couget, G. (2014). *Entrepreneuriat féminin Mode d'emploi: Création et croissance; Les réseaux à connaître; 15 réussites au féminin*. Editions Eyrolles
- Ntrepreneuriales. Paris : L'Harmattan
- Fayolle, A. (2008). *Entrepreneuriat: Apprendre à entreprendre*, édition Dunod
- Fayolle, A. (2012). *Entrepreneuriat-2e Ed.: Apprendre à entreprendre*. Dunod
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2010). *Entrepreneurship (9th ed.)*. New York: McGraw-Hill Irwin
- Janssen, F. (2016). *Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat*. De Boeck Supérieur
- Léger-Jarniou, C. (2013). *Le grand livre de l'entrepreneuriat*. Dunod
- Onana, F-X. (2009). Une analyse comparée des motivations et des modes de gestion des femmes entrepreneurs au Cameroun, in *Les mutations*.
- Thiétart, R-A. (sous la direction de) (2014). *Méthodes de recherche en management*. Paris : DUNOD, 4ème édition.
- L'houari Addi, *Les mutations de la société Algérienne*, édition la découverte, Paris, France, 1999, p.224._

2-Revue ET ARTICLE

- ABOUSAID, FZ (2023). L'entrepreneuriat féminin et la théorie du « genre » : une revue de la littérature. *Revue de Management et Cultures*, (9) p 6
- AKACEM K, *Comptabilité nationale*, Ed. OPU, Alger, 1991. 2. ARCHAMBAULT E, *Comptabilité nationale*, Ed. Economica, Paris, 2003
- Assoumou Menye, O., & Guetsop Sateu, F. A. (2017). L'entrepreneuriat féminin au Cameroun: enjeux et perspectives. *Revue congolaise de gestion*, 24(2), 11-42.
- Benlakehal, N., & Nassira, A. L'ENTREPRENEURIAT: ENTRE OPPORTUNITES ET DEFIS ETUDE DE CAS MAISON ENTREPRENEURIAT DU CENTRE UNIVERSITAIRE DE TIPAZA ENTREPRENEURSHIP: BETWEEN OPPORTUNITIES AND CHALLENGES ENTREPRENEURSHIP HOME STUDY OF TIPAZA UNIVERSITY CENTER.
- Bouri, N., & Bouyacoub, A. (2019). La mise à niveau des PME : Quels résultats ?. *Les Cahiers du CREAD*, 35 (2), 65-97 p.74.75.
- Chelil, A. et Ayad, SM (2009). PME En Algérie Réalités Et Perspectives. *Revue d'Economie et de Management*, 8 (2 Spécial), 153-165.
- Djouadi, N., & Djedidi, R. Les Apports de l'Intelligence Économique à la PME en Algérie-Cas de : Société Wouroud
- En ligne BERREZIGA, A. (2014). Les dix (10) compétences de l'entrepreneur. *Revue des réformes économiques et intégration dans l'économie mondiale*, 8 (16), 197-218. Lien vers l'article p214

- Fouzia, M. A., & Nacira, B. H. (2017). Analyse de la promotion des PME exportatrices en Algérie : Bilan et perspectives. *Al Bashaer Economic Journal*, 3(4),
- Fouzia, MA et Nacira, BH (2017). Analyse de la promotion des PME exportatrices en Algérie : Bilan et perspectives. *Journal économique Al Bashaer*, 3 (4).
- Gillet, A. (2003). L'entrepreneuriat des femmes en Algérie : Dynamiques économiques et sociales,
- Harrar, S. (2021). Ecosystème D'accompagnement Entrepreneurial en Algérie : Etat des Lieux L'écosystème d'accompagnement entrepreneurial en Algérie : état des lieux. *Revue Abaad Iktissadia Vol*, 11(01), 391-
- Harrar, S. (2021). Ecosystème D'accompagnement Entrepreneurial en Algérie : Etat des Lieux L'écosystème d'accompagnement entrepreneurial en Algérie : état des lieux. *Revue Abaad Iktissadia Vol*, 11 (01), 391-41
- HIMRANE, M., & HASSANI, H. Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie A Multidimensional analysis of women entrepreneurship in Algeria.
- JORA, n° 77 du 15/12/2001
- Karim Si Lekhel, Youcef Korichi, Ali Gaboussa, Les PME en Algérie ; état des lieux, contraintes et perspectives *Journal de la performance des institutions Algériennes n°4*, 2013, pp.38-39.
- Le, CNES (2002). Rapport: « pour une politique de développement de la PME en Algérie ».
- Leghima, A., & Djema, H. (2014). PME et innovation en Algérie: limites et perspectives. *Marché et organisations*.
- Madoui Mohamed et Anne Gillet (2005). « Crise et mutation du modèle de développement Algérienne, du gigantisme industriel au développement de PME/PMI ». In : *international travail et emploi n°101*.
- Merzouk, F. (2009). PME et compétitivité en Algérie. *Revue d'Economie et de Management*, 8 (2 Spécial), 279-296.
- Messaouda, R. N., & Amina, B. E. R. R. E. Z. I. G. A. Les motivations et obstacles de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Laghouat. *Revue recherche économique contemporaine ISSN*, 2623, 2602
- Motivations et trajectoires socioprofessionnelles. CNAM-GRIOT, Ed. Pro Manuscrito, Paris.
- MOUFDI, A. J. (2021). Regards croisés sur l'entrepreneuriat féminin au Maroc et son impact sur le développement durable. *L'entrepreneuriat féminin en Afrique, entre bricolage et survie*, 177.
- Omrane, A., Fayolle, A., & Zeribi-BenSlimane, O. (2011). Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial: une approche dynamique. *La Revue des Sciences de Gestion*, (5), 91-100.
- R. Collot, « Pour une approche générale de l'entrepreneuriat », Réseau de recherche genre et entrepreneuriat, Académie de l'entrepreneuriat, février 2006 p 6
- Randerson 1, K., & Fayolle 2, A. (2010). Management et orientation entrepreneuriale: deux concepts si différents? *Revue management et avenir*, P9
- Santoni, J., & Barth, I. (2014). Le rôle du réseau dans le développement de l'entrepreneuriat féminin: cas d'un centre entrepreneurial au sein d'une business school. @ GRH, (2), 81-113.
- Madjid, H. A. D. J. E. M. (2023). Impact des politiques algériennes d'aide à la création de PME et à l'auto-emploi sur l'emploi et les dynamiques du salariat Impact

of Algerian support policies for the creation of SMEs and self-employment on employment

- Tijari, K., & SMOUNI, R. (2023). Entrepreneuriat féminin dans les économies émergentes: quelle réalité en Afrique? International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics.
- Bulletin de veille mise à niveau PME, 2012, p.1.

3- Mémoires et thèses

- Adane, C., & Mehal, Z. (2022). La Finance Entrepreneuriale et la création des PME: Cas du dispositif de l'ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou (Doctoral dissertation, Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou).
- ADJOUT Samir « Entrepreneuriat féminin états des lieux et caractéristiques, cas de la wilaya de Bejaia ». Mémoire du magister. 2011
- CHROQUI, R., & JITTOU, A. (2021). Entrepreneuriat féminin au Maroc : étude de cas. L'entrepreneuriat féminin en Afrique, entre bricolage et survie, 69
- ENTREPRENEURIAT DU CENTRE UNIVERSITAIRE DE TIPAZA.p 17
- GROUPE-CONSEIL, SLEF (2000). Les défis des entrepreneurs
- HADJEM, Madjid (2023). Impact des politiques algériennes d'aide à la création de PME et à l'auto-emploi sur l'emploi et les dynamiques du salariat.
- L'entrepreneuriat féminin en France - INSEE
- Makhoul, YB L'entrepreneuriat féminin et les dispositifs d'aide à la création d'entreprises en Algérie
- Nawel, B., & Nassira, A. (2019). L'ENTREPRENEURIAT: ENTRE OPPORTUNITES ET DEFIS ETUDE DE CAS MAISON
- Y. Nicolas (sous sa direction), « Promouvoir l'égalité entre hommes et femmes : initiatives et engagements français en matière de genre et développement », Rapport de la Direction générale de la coopération internationale et du développement, décembre 2006, p 27
- Yasmina, BM L'apport du dispositif ANGEM dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou L'apport du dispositif ANGEM dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin à Tizi-Ouzou
- Joseph Romano : « La modernisation des PME : l'expert, le patron et le politique », Paris, P.U.F., (Sociologie d'aujourd'hui), 1995,p66 [compte-rendu]

Site web

- Chapitre 1 du module 1 (https://www.foadmooc.auf.org/IMG/pdf/Chapitre_1_module_1.pdf).
- Connaissance de l'entrepreneuriat et de ses formes (<https://www.studocu.com/row/document/universite-moulay-ismail/cours-economie/connaissance-de-lentrepreneuriat-et-de-ses-formes>).
- Des entrepreneurs expliquent l'entrepreneuriat en 2023 (<https://www.oberlo.fr/blog/des-entrepreneurs-expliquent-l-entrepreneuriat>L'ENTREPRENEURIAT EN 2023 : DÉFINITION ET INSPIRATIONS).

- Femmes entrepreneures : les enseignements d'une enquête sur les mompreneurs (<https://ses.ens-lyon.fr/articles/femmes-entrepreneures-les-enseignements-dune-enquete-sur-les-mompreneurs>).
- <https://fr.wikipedia.org/wiki/Entrepreneuriat#Entrepreneuriat>
- journals.univ-tlemcen.dz/GABJ/index.php/GABJ/article/view/241
- KHADIDJA, B. Entreprenariat féminin entre réalité et défis(<https://www.admissions.fr/blog/metier/zoom-sur-entrepreneuriat-feminin/>).
- Les différentes formes d'entrepreneuriat (<https://www.esam ecoles.com/blogs/>).
- Wikipedia. (<https://fr.wikipedia.org/wiki/Entrepreneuriat#Entrepreneuriat>).
- <https://www.algerie-eco.com/2019/11/20/femmes-entrepreneurs-taux-tres-faible-73-algerie/> consulté le 09/06 a 02:00 ..
- <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-etfinancier/1199245-pme-definition-traduction-et-synonymes/>

Annexes

Annexe 01

Questionnaire

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master en sciences de gestion sur l'entrepreneuriat féminin, nous procédons au lancement d'un questionnaire auprès des femmes entrepreneures au niveau de la wilaya de Bejaia. Nous vous prions de bien vouloir consacrer un peu de temps pour y répondre. Toutes les informations recueillies seront traitées de façon confidentielle et exploitées dans le cadre d'une recherche académique.

I. Caractéristiques personnelles

1. Age : ans
2. Situation familiale :
Célibataire Mariée Divorcé Veuve
3. Avez-vous des enfants ? Oui Non
4. Niveau d'instruction :
Aucun Primaire Moyen Secondaire Universitaire
5. Expérience professionnelle antérieure :
Oui Non
Si oui, précisez le domaine :.....
6. Avez-vous des entrepreneurs dans votre entourage immédiat ? Oui Non
7. Avez-vous bénéficié d'un soutien de la part de votre entourage ? Sur le plan
Financier Matériel Moral
8. Est-ce que votre activité vous permet de subvenir aux besoins de votre famille ?
Oui Non

II. Caractéristiques de l'entreprise

9. Secteur d'activité.....
10. Taille de l'entreprise (nombre d'employés:.....
11. Chiffre d'affaires annuel:.....
12. Année de création de l'entreprise :.....
13. Statut juridique de l'entreprise :.....
14. Avez-vous bénéficié d'aides à la création d'entreprise ? Oui Non
Si, lesquelles :.....

15. Comment avez-vous financé la création de votre entreprise ?

Apport personnel

Apport familial

Crédit bancaire

16. Vos principaux objectifs entrepreneuriaux : (veuillez cochez la (les) bonne (s) réponse (s))

- Croissance du chiffre d'affaire
- Maintien de la taille de l'entreprise
- Nouveaux marchés
- Lancement de nouveaux produits ou services
- Autres

III- Motivations et obstacles

17. L'idée de créer votre entreprise est –elle ? personnelle provient de l'entourage

18. Parmi les facteurs suivants, lesquels ont constitué une source de motivation à votre démarche entrepreneuriale ? (Veuillez cochez les bonnes réponses)

- ✓ Avoir un revenu
- ✓ Améliorer le revenu du foyer
- ✓ Autonomie financière
- ✓ Reconnaissance sociale
- ✓ Réalisation de soi
- ✓ Indépendance et liberté
- ✓ Equilibre entre vie familiale et vie professionnelle
- ✓ Difficulté de trouver un emploi salarié
- ✓ Perte d'emploi
- ✓ Insatisfaction dans un emploi antérieur
- ✓ Evénement accidentel (divorce, décès d'un proche, ...)

19. Vous avez créé votre entreprise par : Nécessité ou opportunité

20. Les principaux obstacles auxquels vous avez fait face dans votre aventure entrepreneuriale

- ✓ Difficulté de trouver les financements nécessaires
- ✓ Lourdeur des démarches administratives
- ✓ Difficulté de concilier entre travail et famille
- ✓ Discrimination des tiers (banquiers, fournisseurs, clients,...)
- ✓ Faire face à la concurrence
- ✓ Autres

21. Quelles sont les principales mesures qui pourraient, selon vous, favoriser l'entrepreneuriat féminin?.....
.....

22. Que pensez-vous des assertions suivantes :

	Vrai	Faux
Les femmes seraient moins capables d'entreprendre		
L'entrepreneuriat est un domaine masculin		
Les femmes sont victimes de discrimination dans le domaine entrepreneurial		
Le développement de l'entrepreneuriat chez les femmes nécessite des dispositifs qui leur sont propres		
L'accès des femmes à l'entrepreneuriat devrait se limiter à quelques secteurs		
L'accès des femmes à la création d'entreprise est mieux perçu lorsque la création s'inscrit dans la continuité de leur parcours académique		
L'entrepreneuriat féminin est incompatible avec les valeurs sociales		

Merci d'avoir pris le temps de répondre à ce questionnaire.

Annexe 02

Tableau N°06: Répartition des projets financés par secteur d'activités et par genre.

Secteurs d'activités	2021				Cumulé au 31/12/2021			
	Nombre de projets financé	Part de la Femme (%)	Impact emploi	Total financement (Million DA)	Nombre de projets financés	Part de la femme	Impact emploi	Total financement (Million DA)
Agriculture	2 015	10,6%	4 462	9 832,14	26 967	11,0%	63 813	113 700,57
Artisanat	1 337	21,4%	3 245	4 819,52	16 659	22,5%	43 092	55 281,22
BTP	299	4,7%	842	1 683,11	8 946	2,6%	28 455	37 586,69
Hydraulique	14	21%	42	96,41	372	5,6%	1 255	2 627,35
Industrie	611	29,3%	1 619	3 780,81	12 943	22,1%	37 523	61 440,17
Maintenance	76	3%	188	336,43	1 026	2,0%	2 480	3 314,28
Pêche	28	4%	107	186,85	626	0,5%	2 231	4 211,68
Professions Libérales	353	54,1% 1	759	1724,96	1 771	49,4%	3 821	7 931,51
Services	647	21,6%	1 578	3 623,12	32 381	17,3%	68 958	118 229,02
Transport Marchandises	208	0,5%	263	1 491,08	46 124	1,5%	70 053	120 632,29
Transport Voyageurs	32	6%	46	290 ,45	12 347	1,2%	18 712	29 611,13
Total	5 620	18,4%	13 151 27	27 864,88	160162	10,7%	340 393	554 565,91

Source : CNAC

Table de matières

Remerciements	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Liste des tableaux	
Liste des figure	
Introduction	1

CHAPITRE I

Cadre théorique entrepreneurial féminin

Introduction	5
Section 01 : Compréhension de l'entrepreneuriat	5
1.1. Généralités sur l'entrepreneuriat	5
1.1.1. Définition de l'entrepreneuriat et de l'entrepreneur :	5
1.1.1.1. L'entrepreneuriat :	5
1.1.1.2. Entrepreneur :	6
1.1.2. Les différentes formes d'entrepreneuriat :	7
1.1.2.1. La création d'entreprise :	8
1.1.2.2. La reprise d'entreprise :	9
1.1.2.3. L'entrepreneuriat organisationnel :	10
1.2. Traits et compétences de l'entrepreneur	10
1.2.1. Caractéristiques essentielles d'un entrepreneur :	10
1.2.2. Compétences clés pour réussir en tant qu'entrepreneur	12

1.2.2.1. Choix de l'idée :	12
1.2.2.2. Concrétiser le projet :	12
1.2.2.3. Savoir planifier :	12
1.2.2.4. Création d'une entreprise :	13
1.2.2.5. Savoir Organiser :	13
1.2.2.6. Savoir animer :	13
1.2.2.7. Savoir développer :	13
1.2.2.8. Savoir consolider :	13
1.2.2.9. Savoir évaluer :	14
1.2.2.10. Savoir anticiper :	14
Section 02 : Généralités sur l'entrepreneuriat féminin	14
2.1. Genre et entrepreneuriat	14
2.1.1. Fondement théorique du genre :	15
2.1.2. La notion de genre :	16
2.1.3. Les bases du genre:	16
2.1.3.1. Les stéréotypes féminins et masculins :	17
2.1.3.2. Les rôles sexués :	17
2.1.3.3. Les inégalités entre les femmes et les hommes :	17
2.1.3.4. La hiérarchisation du féminin et du masculin :	18
2.2. L'entrepreneuriat féminin : Définition et particularités	18
2.2.1. Qu'est-ce que l'entrepreneuriat féminin ?	18
2.2.2. Les caractéristiques des femmes entrepreneures :	19
2.2.2.1. L'âge :	19
2.2.2.2. La formation :	20
2.2.2.3. Influence Familiale :	20
2.2.2.4. L'expérience :	20
2.2.3. L'importance de l'entrepreneuriat féminin :	20

2.2.3.1. Place des femmes dans le paysage entrepreneurial:.....	21
2.2.3.2. Evolution de la participation des femmes :.....	21
2.3. Les défis rencontrés par les femmes dans l'entrepreneuriat.....	22
2.3.1. Accès au financement :.....	22
2.3.2. Difficultés d'équilibre entre vie professionnelle et vie privée :.....	23
2.3.3. L'accès aux financement et aux réseaux :.....	23
2.3.4. Des stéréotypes de genre :.....	25
Conclusion.....	25

CHAPITRE II

Le contexte algérien de l'entrepreneuriat féminin

Introduction.....	27
Section 01 : Le secteur de la PME en Algérie.....	27
1.1. Aperçue historique de la PME en Algérie.....	27
1.1.1. La période 1962-1982 :.....	28
1.1.2. La période 1982-1988 :.....	28
1.1.3. A partir de 1988 :.....	29
1.1.4. La nouvelle vision aux PME dans les années 2000 :.....	30
1.2. Définition et caractéristiques de la PME en Algérie.....	31
1.2.1. Définition de la PME :.....	31
1.2.2. Les caractéristiques des PME algériennes :.....	33
1.3. Évolution des PME en Algérie.....	35
1.4. Les composantes de la PME en Algérie :.....	36
1.4.1. La PME privée :.....	36
1.4.2. La PME publique :.....	36
1.4.3. Les artisans :.....	37

Section02 : Aperçu sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie	37
2.1. Les dispositifs d'appui et d'accompagnement à la création des entreprises en Algérie	38
2.1.1. Dispositif « ANADE » ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes) : 39	
2.1.1.1. Définitions de l'ANADE :	39
2.1.1.2. Evaluation de l'entrepreneuriat féminin dans le cadre du dispositif ANADE (ANSEJ) 39	
2.1.2. Dispositif « CNAC »(Caisse Nationale d'Allocation Chômage) :	43
2.1.2.1. Projets financés par secteur d'activité et par genre 2021 :	43
2.1.3. Dispositif « ANGEM » (Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit:.....	43
2.1.4. Dispositif « CNRC » :	46
2.1.4.1. Evolution de la population des commerçants par sexe :	47
2.1.4.2. Répartition des Commerçants inscrits (Actifs) Au Registre du Commerce par classe d'Âge A Fin 2020 :	48
2.1.4.3. Le secteur d'activité.....	49
Conclusion.....	49

CHAPITRE III

l'état des lieux de l'entrepreneuriat féminin

Introduction	52
Section 01: La démarche méthodologique de l'enquête de terrain :	52
1.1. Méthodologie de travail	52
1.1.1. Objectifs de l'enquête de terrain :	52
1.1.2. Elaboration du questionnaire :	52
1.1.3. Déroulement de l'enquête :	53
1.1.4. Le choix et la taille de l'échantillon :	54

1.1.5.	La technique de traitement des questionnaires :.....	54
	Section 02 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête	54
2.1.	Les caractéristiques personnelles : Profil des femmes entrepreneures enquêtées .	54
2.1.1.	L'âge des femmes à la création :	55
2.1.2.	La situation familiale :.....	55
2.1.2.1.	Le statut matrimonial :.....	55
2.1.2.2.	Nombre d'enfants :	56
2.1.3.	Niveau d'instruction :	57
2.1.4.	L'expérience professionnelle antérieure :.....	58
2.1.5.	Influence et soutien de l'entourage :.....	58
2.2.	Les caractéristiques de l'entreprise	59
2.2.1.	Le secteur d'activité :.....	59
2.2.2.	La taille de l'entreprise :.....	60
2.2.3.	L'année de la création :.....	60
2.2.4.	Le statut juridique :.....	60
2.2.5.	Le mode de financement :.....	61
2.2.6.	Les objectifs entrepreneuriaux :.....	61
2.3.	Les motivations et les obstacles :.....	62
2.3.1.	L'idée de création de l'entreprise :.....	62
2.3.2.	La source de motivation des entrepreneurs :	62
2.3.3.	La raison de création de l'entreprise :.....	64
2.3.4.	Les obstacles dans l'aventure entrepreneuriale :	64
2.3.5.	Aperçu des perceptions des femmes sur l'entrepreneuriat :.....	65
	Conclusion générale	69
	Bibliographie	72
	Annexe	

Résumé

L'entrepreneuriat féminin est devenu un sujet d'intérêt croissant dans le domaine des affaires et de la recherche. Malgré les progrès réalisés ces dernières années, les femmes entrepreneures continuent de faire face à de nombreux obstacles lorsqu'elles lancent et développent leurs entreprises. L'objet de cette recherche est d'analyser les défis et les opportunités spécifiques rencontrés par les femmes entrepreneures, en se concentrant sur l'étude menée auprès d'un échantillon de 40 entrepreneures dans la wilaya de Bejaia.

Cette étude a comme objectif d'analyser les caractéristiques des femmes entrepreneures. Autrement dit, il s'agit de reconnaître les différentes motivations qui poussent les femmes à lancer une entreprise, Les résultats de l'enquête révèlent une variété de facteurs influençant la décision des femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat, ainsi que les obstacles auxquels elles sont confrontées tout au long de leur parcours entrepreneurial.

Mots Clés : l'entrepreneuriat féminin, obstacles, entreprises, opportunités, défis, motivations, caractéristiques, l'entrepreneuriat.

Summary

Women's entrepreneurship has become a topic of growing interest in business and research. Despite progress in recent years, women entrepreneurs continue to face many obstacles when launching and growing their businesses. The purpose of this research is to analyze the specific challenges and opportunities encountered by women entrepreneurs, focusing on the study conducted with a sample of 40 women entrepreneurs in the wilaya of Bejaia.

This study aims to analyze the characteristics of women entrepreneurs. In other words, it is about recognizing the different motivations that push women to start a business. The results of the survey reveal a variety of factors influencing women's decision to embark on entrepreneurship, as well as the obstacles facing they face throughout their entrepreneurial journey.

Keywords: female entrepreneurship, obstacles, businesses, opportunities, challenges, motivations, characteristics, entrepreneurship.