



Université Abderrahmane Mira de Bejaia

Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Département des Sciences de Gestion

En vue de l'obtention du Diplôme de Master

Option : Entrepreneuriat

Intitulé du mémoire

Les femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia : Entre motivations entrepreneuriales et les contraintes liées au genre

Réalisé par :

Melle CHOUCHAA Chafia Licia

Melle HASHATEL rima

Encadré par :

Dr. MAHMOUDI Mourad

Président : Mr REDOUANE A

Examinatrice : Mme KENNOUCHE

Année universitaire 2023/2024

Remerciements :

On remercie Dieu pour nous avoir accordé la santé et la force

Nécessaires pour accomplir ce travail modeste.

Nous tenons à exprimer notre profondeur gratitude à notre encadrant Monsieur

MAHMOUDI Mourad pour le

Bienveillant soutien qu'il nous a accordé pour mener à bien ce travail.

On voudrait exprimer notre gratitude envers tous les enseignants et

Membres de l'équipe pédagogique qui nous ont transmis leurs

Connaissances avec passion et dévouement. Leurs enseignements,

Conseils et soutiens ont joué un rôle crucial dans notre développement

Intellectuel et personnel.

On exprime également nos remerciements à nos chers parents pour

Leur soutien inconditionnel ainsi que leurs présences.

On adresse aussi notre profonde et sincère gratitude à nos familles et

Amis tout au long de ce parcours. Leur amour, leur encouragement et

Leur compréhension a été des piliers essentiels dans chaque étape de

Notre vie académique. Grâce à l'ensemble de ces personnes qu'on a

Pu à relever ce défi avec succès. On leur en est profondément reconnaissant.

Nous sommes également reconnaissants envers toutes les femmes

Entrepreneures qui ont généreusement pris le temps de répondre à notre

questionnaire.

Dédicaces

Je dédie ce travail :

A moi-même

A mes chers parents, pour leur amour

Inconditionnel, leur soutien et leurs sacrifices qui

Ont rendu possible la réalisation de ce mémoire.

A mes sœurs de cœurs NOUARA et RANIA Pour

Leur présence, leur soutien moral et leurs moments

De détente qui ont rendu cette aventure plus

Joyeuse

A ma chère cousine Lilia Sabrina et Liliane

A Mounir pour ses discussions stimulantes et sa

Présence réconfortante tout au long de cette

Aventure académique

Rima

Dédicace

Au cours de la réalisation de ce mémoire, mes lectures me

Firent comprendre le rôle du sacrifice dans la vie de

L'entrepreneure, son courage et sa ténacité

Je dédie ce travail a

Moi-même

à Mr ZIDELKHIL Halim, et Mr MAHMOUDI Mourad

qui m'ont initié

Et accompagne dans cette longue et sinueuse aventure

À ma chère maman pour son soutien et ses prières et qui

M'ont offert un climat favorable pour mener à terme mes

Études

À mes chères tantes pour leur présence

À ma petite sœur HIND

À mon voisin BELKACEM pour son aide

Ainsi qu'à toutes les personnes qui m'ont motivé tout au long

De mes études.

LEATICIA

Liste des abréviations

ANADE : Agence nationale d'appui et de Développement de l'Entrepreneuriat.

ANEM : Agence Nationale de l'Emploi.

ANGEM : Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit.

ANSEJ : Agence Nationale pour le Soutien de l'Emploi des Jeunes.

BTP : Bâtiment et travaux Publics.

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

CNRC : Centre Nationale du Registre de Commerce.

CRASC : Centre de Recherche en Anthropologie Social et Culturelle.

CREAD : Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement.

EURL : Entreprise Unique A Responsabilité Limité.

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Économique.

ONS : Office Nationale de la Statistique.

PME : Petite et Moyenne Entreprise.

SARL : Société À Responsabilité Limite.

SNC : Société en Nom Collectif.

Liste des tableaux

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

Tableau n°02 : Évolution de la population active féminine (en milliers)

Tableau°3 : Répartition des personnes physiques selon la wilaya et le genre

Tableau N°04 : Les entreprises créées dans le cadre l'ANSEJ par genre et par secteur d'activité (Cumul au 30/06/2017)

Tableau N°05 : Répartition des crédits octroyés par l'ANGEM par sexe et produit

Tableau N°06 : projet ANSEJ et CANC financé par le sexe et par le secteur d'activité

Tableau N°07 : Répartition des entreprises créées dans le cadre de l'ANGEM par secteur d'activité

Tableau N° 8: la taille et l'échantillon de l'enquête sur le terrain

Tableau N°9 : Depuis combien de temps l'entreprise est-elle opérationnelle ?

Tableau N° 10 : Chiffre d'affaires réalisé par les femmes entrepreneures de Bejaia

Tableau N° 11 : Le bénéfice de votre entreprise en pourcentage du chiffre d'affaires

Tableau N° 12 : Avez-vous déjà exercé une activité salariale auparavant

Tableau N° 13: Quel est le domaine d'activité de votre entreprise * Regrettez-vous le projet de crée votre entreprise ? Crosstabulation

Tableau N° 14 : Quel est le domaine d'activité de votre entreprise * envisagez-vous d'élargir la taille de votre entreprise ou d'en créer de nouvelles ? Crosstabulation

Tableau N° 15 : Quelle est la taille de votre entreprise * quelle est la nature juridique de votre entreprise ? Crosstabulation

Tableau N° 16 : Quelle est la taille de votre entreprise * Quel est le domaine d'activité de votre entreprise Crosstabulation

Tableau N° 17 : Situation matrimoniale des femmes entrepreneures selon leurs âges

Tableau N° 18 : Quelle est la taille de votre entreprise * Avez-vous suivi des formations en entrepreneuriat ? Crosstabulation

Liste des figures

Figure N° 1 : Les femmes entrepreneure dans les grandes villes par tranche d'âge

Figure N°2 Comment votre Entreprise se différencie-t-elle de ses concurrents

Figure N°3 : Votre entreprise est-elle votre création ?

Figure N°4 : Quel âge avez-vous ?

Figure N°5 A quel âge avez-vous créé votre entreprise

Figure N° 6 : Quel est votre niveau d'instruction

Figure N° 8 : Les différents modes de financement

Figure N° 10 : Les motivations entrepreneuriales

Figure N° 11 : les motivations entrepreneuriales

Figure N° 12 : Les obstacles à la création

Figure N° 13 : les obstacles à la création_

Sommaire

Liste des abréviations.....	I
Liste des tableaux	II
Liste des figures	III

Sommaire

Introduction générale.....	1
----------------------------	---

Chapitre 1 : Revue de littérature et concepts clés

1 Introduction au chapitre :	1
1. L'entrepreneuriat	4
2 L'entrepreneur :	8
3 Évolution historique de l'entrepreneuriat :	11
4 Caractéristiques et typologie des entrepreneurs :	12
5 Entrepreneuriat féminin :	17
Section 2 : l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien.....	21
L'accompagnement et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise :	21
Chapitre 2 : Etude de terrain auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia	
Section 1 : Méthodologie de l'enquête de terrain	36
Conclusion générale	62

Bibliographie

Annexes

Table des matières

Résumé

Introduction générale

Introduction générale

L'entrepreneuriat est identifié comme le moteur par excellence de la croissance et du développement économique de tous les pays. Il devient de plus en plus important mondialement en tant que phénomène économique et social. L'entrepreneuriat devrait donner plus de force et motiver les jeunes entrepreneurs, qu'ils soient hommes ou femmes participants à la création d'emplois. Ainsi, il est défini comme étant toute action qui mène à la concrétisation d'une idée d'un projet par son porteur appelé entrepreneur, en vue de créer une entreprise dont la conséquence directe est la création de la richesse, de l'emploi et enfin la croissance économique. Il est aussi est l'action de s'engager dans un projet qui implique le risque (mise en œuvre de ressources rares) et l'innovation. L'activité entrepreneuriale est reconnue comme un facteur essentiel pour le développement économique en Algérie. L'entrepreneuriat féminin se place objectivement dans le cadre d'une volonté acharnée et incontestable d'émancipation.

En effet, la femme concrétise avec passion sa volonté de devenir entrepreneure en suivant un idéal, et qui crée et dirige leurs propres entreprises. Elles jouent un rôle essentiel dans l'économie en apportant de nouvelles idées, en créant des emplois et en contribuant à la croissance économique.

L'entrepreneuriat féminin c'est l'action d'entreprendre par des femmes. Il joue un rôle crucial dans le développement économique et social en Algérie, et la wilaya de Bejaïa ne fait pas exception. Donc, une femme qui entreprend représente un acte de bravoure et de persévérance, particulièrement dans un environnement socioculturel qui pose des obstacles au développement de ce domaine. Malgré l'augmentation du taux d'activité entrepreneuriale en Algérie, la femme reste encore sous-représentée dans ce dernier.

En Algérie, ce concept est une révolution contre certaines résistances 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 n'est pas nouvelle dans le monde. Elle remonte bien dans le temps où la femme musulmane riche entretenait des affaires de commerce.

De ce fait, l'entrepreneuriat féminin n'est devenu un champ d'études qui attire de plus en plus de chercheurs que très récemment. Notre problématique vise à intégrer et comprendre ce phénomène dans la wilaya de Bejaïa et à expliquer les contraintes auxquelles les femmes entrepreneures de cette région sont confrontées, ainsi que les facteurs qui les motivent à

entreprendre malgré ces obstacles liés à leur genre. Ces aspects seront ensuite analysés pour mieux comprendre le contexte de l'entrepreneuriat féminin dans cette région. Cela nous amène à nous interroger sur la question principale suivante :

« Quels sont les facteurs motivant les femmes de la wilaya de Bejaia à créer une entreprise et quelles sont les contraintes qu'elles affrontent lors de ce processus ? »

Pour mieux comprendre cette problématique, nous posons les questions secondaires suivantes :

- Quelles sont les motivations qui poussent la femme à se lancer dans l'entrepreneuriat dans cette région ? Quels sont leurs désirs et leurs objectifs en tant qu'entrepreneures ?
- Quelles sont les contraintes auxquelles les femmes entrepreneures à Bejaia sont confrontées en raison de leur genre ? De quelle manière ces contraintes impactent-elles leur parcours entrepreneurial ?

Pour répondre à notre problématique, nous avons émis deux hypothèses, comme suit :

H 1 : les femmes entrepreneures à Bejaia sont motivées par le désir de la liberté et d'indépendance financière et professionnelle, ainsi que par la quête d'accomplissement personnel. Cette envie d'autonomie et d'épanouissement personnel joue un rôle important dans leur décision de la création d'entreprise.

H 2 : certaines entrepreneures de cette région sont amenées à restreindre leurs activités au secteur informel en raison des obstacles liés au genre, notamment les préjugés de la société, le manque de soutien familial et amical ainsi que les difficultés d'accès au financement et au foncier dans les zones d'activité. Ces derniers peuvent les décourager de s'engager dans ce processus malgré leur désir d'entrepreneuriat.

Méthodologie de travail :

Dans le cadre du présent travail de recherche, nous ferons appel à une méthodologie mixte pour explorer les contraintes de genre et les motivations entrepreneuriales. Nous débuterons par une revue approfondie de la littérature pour éclairer les concepts clés et les théories pertinentes. Ensuite, une enquête sur le terrain utilisant un questionnaire structuré sera menée auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures pour approfondir la compréhension qualitative et quantitative.

Les données quantitatives seront analysées statistiquement pour identifier les tendances et les corrélations, tandis que les données qualitatives permettront d'explorer en profondeur les

obstacles spécifiques liés au genre qu'elles rencontrent, et les motivations intrinsèques des entrepreneures.

Enfin, nous discuterons des résultats à la lumière de la littérature existante, avec des implications pratiques pour soutenir l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Bejaia, contribuant ainsi à enrichir nos connaissances théoriques et appliquées dans ce domaine.

Dans le but de trouver des réponses pertinentes à ces questions et vérifier ces hypothèses, ce travail se déroulera sous forme d'enquête de terrain. Nous collecterons les informations nécessaires auprès de plusieurs femmes ayant entrepris dans différents domaines d'activités. Ce travail comprendra deux chapitres : dans le premier, nous aborderons les différentes définitions et concepts clés relatives à cette étude. Dans le second, nous présenterons une étude sur un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia afin de savoir ce qui les motive à entreprendre et les défis rencontrés lors de ce processus.

Chapitre 01

Revue de littérature et concepts clés

Chapitre 1 : Revue de littérature et concepts clés

1 Introduction au chapitre :

L'entrepreneuriat, en particulier l'entrepreneuriat féminin, joue un rôle crucial dans le développement économique mondial. Reconnu comme une stratégie novatrice, il stimule la croissance économique dans de nombreux pays.

Ce premier chapitre, intitulé "Revue de littérature et concepts clés", sera composé de deux sections. Dans la première section, nous commencerons par définir les termes essentiels liés à l'entrepreneuriat. Ensuite, nous analyserons son évolution historique, nous présenterons également les caractéristiques et la typologie des entrepreneurs, et enfin, nous examinerons l'entrepreneuriat féminin en profondeur.

La deuxième section du chapitre sera dédiée à l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien. Dont nous expliquerons l'accompagnement et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise. Pour conclure ce chapitre, nous présenterons des statistiques et des données sur les femmes entrepreneures en Algérie.

Section 1 : l'entrepreneuriat et l'entrepreneur

1. L'entrepreneuriat

1.1 Définition :

L'entrepreneuriat désigne l'action d'entreprendre et de créer un projet dans le but de répondre à un besoin ou atteindre un objectif spécifique. Les entrepreneurs se sont les personnes qui exercent l'activité d'entreprendre. L'entrepreneuriat comprend différentes formes et types de création d'entreprise, telles que l'entrepreneuriat ex nihilo (correspond à la création d'une nouvelle entreprise qui n'a jamais existé au paravent et à partir de rien), la reprise d'entreprise (racheter une entreprise déjà existante), l'entrepreneuriat en franchise, l'entrepreneuriat public, l'auto-entrepreneuriat ainsi que l'entrepreneuriat social (correspond à la création des entreprises dont le but est la création d'une activité économique qui résout problèmes sociaux). Pour lancer une entreprise, les entrepreneurs doivent posséder certaines qualités, comme être capables de prédire les tendances du marché, de rester flexibles, d'identifier les opportunités, de faire preuve de détermination et de persévérance ainsi que de savoir analyser les données à fin pouvoir prendre les bonnes décisions.

La définition de l'entrepreneuriat selon Robert K. Lamb (1952) :

« L'entrepreneuriat est cette forme de prise de décision sociale effectuée par les innovateurs économiques ».

« L'entrepreneuriat est tout type de fonction innovante susceptible d'avoir une incidence sur le bien-être d'un entrepreneur » – Joseph A. Schumpeter (1934).

« L'entrepreneuriat est l'activité volontaire d'un individu ou d'un groupe d'individus associés, entreprise pour initier, maintenir ou agrandir le profit par la production ou la distribution de biens et services économiques. » – A.H.Cole (1959).

Les paradigmes de l'entrepreneuriat sont des cadres théoriques qui aident à analyser à expliquer et à appréhender l'entrepreneuriat. Ils comprennent :

1.1.1 Paradigme de l'opportunité :

Il s'appuie sur la découverte ainsi que l'exploitation d'opportunités économiques inexploitées, en s'appuyant sur l'importance de la prise de décision.

1.1.2 Paradigme de la création d'entreprise

Il est axé sur la création d'une nouvelle entreprise, toujours en relation avec l'exploitation d'une opportunité.

1.1.3 Paradigme de l'innovation

Il met en œuvre l'innovation comme élément important de l'entrepreneuriat, soit pour créer une nouvelle entreprise ou pour développer une offre déjà existante.

1.1.4 Paradigme de la création de valeur

Se concentre sur la création de valeur économique, sociale et environnementale à travers l'entrepreneuriat.

1.1.5 Paradigme de la création d'organisation

Basé sur la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes, qu'il s'agisse d'une entreprise, d'une association ou autre, pour répondre à une opportunité ou bien innover.

Ces paradigmes ne sont pas uniques et peuvent être liés pour une meilleure compréhension de l'entrepreneuriat, reflétant sa complexité et sa diversité, impliquant souvent la création d'une nouvelle entreprise, l'exploitation d'une opportunité, l'innovation et la création de valeur économique, sociale et environnementale.

1.2 Les différents types de l'entrepreneuriat :

1.2.1 *L'entrepreneuriat social :*

L'entrepreneuriat social s'engage à résoudre des problèmes sociaux en développant des solutions sous forme de services, de produits ou d'entreprises. Son objectif premier est de générer une valeur sociale, contrairement à la valeur financière.

Elle a pour but la création des entreprises ayant un effet positif sur la société, leurs objectifs sont d'aider les autres à améliorer et développer le monde

Ces entreprises cherchent à innover dans des domaines tels que l'éducation et la santé. Bien que perçu comme altruiste, trouver des financements est très compliqué, bien que de plus en plus d'organisations s'y intéressent. En conséquence, l'entrepreneuriat social gagne en popularité, notamment parmi les jeunes étudiants, avec de nombreuses universités proposant désormais des programmes et des bourses dans ce domaine.

1.2.2 *L'entrepreneuriat culturel :*

L'entrepreneuriat culturel se résume à la création, développement et gestion des entreprises centrées sur la culture, cherchant à promouvoir son ampleur dans la société. Ces entreprises imposent des entrepreneurs créatifs ainsi qu'innovants, ayant une connaissance approfondie et réfléchie du secteur culturel. Né dans les années 80, ce domaine a pris son accroissement en France dans les années 2000, attirant de nouveaux acteurs. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat culturel est en pleine croissance, procurant de nombreuses opportunités aux entrepreneurs culturels.

1.2.3 *L'entrepreneuriat technologique :*

L'entrepreneuriat technologique consiste à créer de nouvelles entreprises innovantes qui visent à développer de nouvelles technologies, que ce soit des produits, des services ou des méthodes récentes de production.

1.2.4 *L'entrepreneuriat environnemental :*

Aujourd'hui L'entrepreneuriat environnemental est très important face à l'impact croissant de l'activité humaine sur son environnement. Ces entrepreneurs créent des entreprises offrant des solutions durables comme des produits éco-Friendly ou des services de recyclage, exerçant ainsi un rôle très important dans la lutte contre le réchauffement climatique ainsi que la pollution.

1.2.5 L'entrepreneuriat communautaire :

L'entrepreneuriat communautaire a pour objectif d'améliorer la vie des membres d'une communauté en mettant en place des idées novatrices. Les entrepreneurs dans ce domaine cherchent à créer de nouveaux emplois, stimuler l'économie locale, favoriser le développement social, en mettant l'accent sur l'inclusion des groupes désavantagés ainsi qu'à la promotion de la diversité.

1.2.6 L'entrepreneuriat high-tech :

L'entrepreneuriat high-tech se base sur l'innovation ainsi que le développement de nouvelles technologies et services. L'entrepreneur dans ce domaine est un pionnier et se focalise sur l'innovation, il est souvent associé à des secteurs comme les sciences de la vie, l'informatique ou bien les télécommunications.

1.2.7 L'entrepreneuriat en milieu rural :

L'entrepreneuriat en milieu rural consiste à créer des entreprises dans les zones rurales pour stimuler, encourager l'économie locale et créer de nouveaux emplois, les entrepreneurs dans ce domaine ont pour objectif de revitaliser ces régions rurales et de lutter contre le dépeuplement.

1.2.8 L'entrepreneuriat économique :

L'entrepreneuriat économique englobe la création d'entreprises dans le but de réaliser des profits, avec deux catégories principales : l'entrepreneuriat social et l'entrepreneuriat commercial.

L'entrepreneuriat innovant propose de nouveaux produits ou services qui n'ont jamais existé, tandis que l'entrepreneuriat imitatif offre des produits déjà existants, mais à moindre coût ou bien de qualité supérieure. Ces types d'entrepreneuriat varient en termes de focus, avec l'entrepreneuriat social axé sur la valeur sociale et l'entrepreneuriat technologique axé sur la valeur économique.

1.3 Les différentes approches entrepreneuriales :

Les diverses perspectives théoriques sur l'entrepreneuriat reflètent sa nature multidimensionnelle et complexe. Parmi ces approches, on distingue :

1.3.1 L'approche fonctionnelle :

C'est une approche qui se base sur les aspects économiques tels que la création de valeur ainsi que l'innovation, en considérant l'entrepreneur comme un acteur rationnel axé sur le profit, avec des représentants notables tels que Joseph Schumpeter et Jean-Baptiste Say.

1.3.2 *L'approche individuelle :*

Elle se penche sur les traits de personnalité, les motivations, ainsi que les compétences des entrepreneurs, cherchant à identifier les profils psychologiques propices à la réussite, avec des figures importantes telles que David McClelland.

1.3.3 *L'approche contextuelle :*

Cette approche examine l'influence de divers facteurs environnementaux tels que les aspects économiques, sociaux et institutionnels sur l'entrepreneuriat, mettant l'accent sur les réseaux et les politiques publiques, avec des représentants comme Everett Rogers.

1.3.4 *L'approche processuelle :*

Elle analyse l'entrepreneuriat comme un processus dynamique et séquentiel, en se concentrant sur les différentes étapes et les défis rencontrés par les entrepreneurs, avec des penseurs comme Peter Drucker.

1.3.5 *L'approche institutionnaliste :*

Elle considère l'entrepreneuriat comme un phénomène influencé par les normes et les institutions sociales, mettant en lumière le rôle des institutions dans la promotion ou la restriction de l'activité entrepreneuriale, avec des figures telles que Douglass North.

En complément, d'autres perspectives telles que :

- **L'approche comportementale.**
- **L'approche cognitive.**
- **La théorie des organisations.**

Ces dernières enrichissent la compréhension de l'entrepreneuriat. Il est crucial de noter que ces approches ne sont pas mutuellement exclusives et peuvent être combinées pour une vision holistique de l'entrepreneuriat.

2 L'entrepreneur :

2.1 Définition de l'entrepreneur :

En général, un entrepreneur est une personne qui crée et dirige une entreprise. Cela implique d'identifier une opportunité commerciale, de développer un plan d'affaires, de réunir les ressources nécessaires et de mettre en œuvre le plan. Les entrepreneurs assument généralement un risque financier important, mais ils sont également potentiellement

récompensés par des bénéfices importants et par la satisfaction de créer quelque chose de nouveau.

Plus précisément, un entrepreneur peut être défini comme :

- Le fondateur et propriétaire d'une entreprise. L'entrepreneur est à l'origine de l'idée de l'entreprise et assume la responsabilité ultime de son succès ou de son échec.
- Un individu qui prend des risques pour créer de la valeur. Les entrepreneurs sont prêts à sortir de leur zone de confort et à assumer des risques pour concrétiser leurs idées.
- Un innovateur qui identifie de nouvelles opportunités. Les entrepreneurs sont constamment à la recherche de nouvelles façons de faire les choses et de répondre aux besoins des clients.
- Un leader qui motive et inspire les autres. Les entrepreneurs doivent être capables de rassembler une équipe et de la motiver à travailler vers un objectif commun

plusieurs auteurs, on définit l'entrepreneur comme suit :

Selon Richard Cantillon, « l'entrepreneur est un agent économique qui achète des facteurs de production à des prix certains pour les revendre à des prix incertains. »

En d'autres termes, l'entrepreneur est un individu qui prend des risques en achetant des biens et des services dont il n'est pas certain de pouvoir vendre à un prix suffisant pour couvrir ses coûts et réaliser un profit.

Jean-Baptiste Say, « un économiste français du 18^e siècle a joué un rôle important dans la définition du concept d'entrepreneur ». Voici quelques points clés de sa vision :

2.1.1 L'innovation est essentielle :

Pour Say, l'entrepreneur est avant tout un innovateur. Il identifie de nouvelles opportunités économiques et introduit des méthodes de production inédites

2.1.2 Organisateur de la production

L'entrepreneur ne se contente pas seulement des idées. Il joue un rôle crucial dans l'organisation de la production. Il rassemble les ressources nécessaires, notamment le capital et la main-d'œuvre, pour concrétiser ses innovations

2.1.3 *Récompense de l'entrepreneur*

Le profit de l'entreprise récompense l'entrepreneur pour son temps, son talent et sa prise de risque. Ce profit est distinct du simple rendement du capital investi.

En résumé, selon Say, l'entrepreneur est un individu qui combine innovation, organisation et prise de risque pour créer de la valeur économique. C'est une vision qui a inspiré de nombreux économistes et entrepreneurs par la suite.

L'économiste Joseph Schumpeter a une vision de l'entrepreneur bien particulière qui s'éloigne du simple gestionnaire d'entreprise. Pour lui, l'entrepreneur est avant tout un moteur de l'innovation et du changement économique. Voici quelques aspects clés de sa pensée :

2.1.4 *L'entrepreneur et la destruction créatrice*

Schumpeter considère l'entrepreneur comme l'acteur clé du concept de « destruction créatrice ». Ce processus consiste à innover en introduisant de nouveaux produits, de nouveaux procédés de production, de nouvelles formes d'organisation ou de nouveaux marchés. Cela peut rendre obsolètes des techniques et des produits existants, ce qui peut être destructeur à court terme pour certains acteurs économiques, mais qui stimule la croissance à long terme.

2.1.5 *L'innovation comme moteur de l'entrepreneur*

Selon Schumpeter, l'entrepreneur ne se contente pas de gérer une entreprise existante. Il est constamment à la recherche de nouvelles combinaisons de facteurs de production pour créer de la valeur. Ces innovations peuvent prendre plusieurs formes, comme l'introduction d'un nouveau produit ou service, l'utilisation d'une nouvelle technologie, la découverte d'une nouvelle source d'approvisionnement, ou la mise en place d'une nouvelle méthode de commercialisation.

2.1.6 *L'entrepreneur, distinct du gestionnaire*

Schumpeter distingue l'entrepreneur du simple gestionnaire d'entreprise. Le gestionnaire se concentre sur l'efficacité et la rentabilité de l'entreprise existante, tandis que l'entrepreneur est celui qui perturbe le statu quo et crée de nouvelles opportunités.

En résumé, pour Schumpeter, l'entrepreneur est un visionnaire et un innovateur qui joue un rôle crucial dans la croissance économique et le dynamisme du capitalisme. Il est capable de prendre des risques et de mettre en œuvre des idées nouvelles qui transforment l'économie.

3 Évolution historique de l'entrepreneuriat :

L'idée d'entrepreneur a énormément évolué depuis le capitalisme mercantiliste jusqu'à aujourd'hui.

3.1 18^e et 19^e siècles :

Durant la révolution industrielle, les économistes classiques tels qu'Adam Smith et Ricardo considéraient l'entrepreneur comme un commerçant sédentaire qui cumule les rôles de propriétaire du capital ainsi que celui des contrôleurs des moyens de production. Ce n'est que plus tard, grâce à Richard Cantillon, que l'entrepreneur a été perçu comme un homme d'affaires, responsable de l'achat et de la revente des moyens de production à un prix incertain, ce qui en fait un preneur de risque, ne garantissant pas le retour sur investissement.

3.2 19^e siècle :

Les avancées technologiques et l'expansion des marchés ont conduit à l'émergence de grandes entreprises, où plusieurs propriétaires financent l'entreprise. Cette évolution a séparé les objectifs de l'entrepreneur et du capitaliste pour la première fois, créant ce que Marshall a décrit comme l'entrepreneur organisateur. Dans cette phase du capitalisme, où le capital est partagé entre de nombreux actionnaires, l'entrepreneur est sélectionné pour ses compétences plutôt que pour son capital. Désormais, cet entrepreneur professionnel prend un risque davantage lié à son emploi qu'à ses finances personnelles. Ses principales responsabilités sont d'organiser, de planifier et de diriger les ressources pour générer des profits pour les actionnaires.

3.3 20^e siècle entrepreneur comme preneur de risque :

Nous faisons allusion à la théorie économique de l'économiste Knight, qui définit l'entrepreneur comme celui qui prend le risque inhérent à l'activité économique en investissant une somme d'argent réelle et certaine dans l'espoir de réaliser un profit incertain. Knight distingue entre l'entrepreneur professionnel, responsable de la gestion de l'entreprise et de l'organisation, et l'entrepreneur patrimonial, celui qui investit l'argent et assume donc le risque financier.

3.4 20^e siècle l'entrepreneur comme innovateur

D'après Schumpeter, un économiste d'autrefois, ce ne sont pas les risques qui font les profits des entrepreneurs, mais les nouvelles idées et les avancées technologiques. Pour lui, le changement technologique se passe en trois étapes : l'invention, l'innovation et l'imitation.

Schumpeter pense que l'entrepreneur est celui qui trouve de nouvelles idées et les met en pratique sur le marché, ce qui pousse les autres à les copier. Que cela fonctionne ou pas, cela rapporte beaucoup d'argent à l'entreprise. Donc, l'objectif principal de l'entrepreneur est de créer de nouvelles choses pour gagner plus d'argent, même si ces profits peuvent baisser une fois que d'autres auront copié ses idées.

3.5 20e siècle l'entrepreneur technocrate

Dans les grandes entreprises, la séparation entre la propriété et le contrôle nécessite souvent une gestion par un groupe d'experts appelé une technocratie. Ce terme a été créé par l'économiste Galbraith. Les actionnaires dans ces grandes entreprises sont souvent des investisseurs qui cherchent simplement un retour sur leur investissement. Par contre, dans les petites et moyennes entreprises familiales, le propriétaire garde souvent un contrôle direct.

3.6 L'entrepreneur d'aujourd'hui

Aujourd'hui, l'entrepreneur est imposé d'être créatif et de savoir diriger ainsi que planifier pour réussir son projet.

Voici ce qui caractérise l'entrepreneur de ce jour :

Tout D'abord, il n'est pas toujours le propriétaire de l'entreprise, surtout dans les petites entreprises, car le propriétaire ainsi que le contrôleur sont parfois séparés.

Puis, l'entrepreneur peut être un groupe de personnes, comme un conseil d'administration, surtout dans les grandes entreprises.

Enfin, être entrepreneur ne signifie pas nécessairement être spécialiste technique. C'est plus sur la fixation d'objectifs, la planification et l'organisation, ce qu'on appelle l'administration ou la gestion.

4 Caractéristiques et typologie des entrepreneurs :

4.1 Les caractéristiques de l'entrepreneur :

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

4.1.1 *Les traits de caractéristiques*

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

Le besoin d'accomplissement :

Implique que l'individu travaille à actualiser son propre potentiel, les chercheurs de l'approche par traits veulent démontrer que le besoin d'accomplissement est l'une des principales caractéristiques du comportement de l'entrepreneur. D'après McClelland (1990) le besoin d'accomplissement est l'un des éléments indissociables des caractéristiques de l'entrepreneur.

Le besoin d'indépendance

La capacité d'assurer soi-même, de manière autonome, sans l'aide d'autrui, les entrepreneurs veulent prendre le contrôle de leur avenir. Ces entrepreneurs ont un fort sentiment d'indépendance et se caractérisent par un certain sens d'autonomie.

La confiance en soi :

Une grande confiance en soi est une qualité essentielle pour tout chef d'entreprise. Cela leur donne le courage de prendre des risques, de rester concentrés sur leur vision, de trouver des solutions créatives, de communiquer efficacement et de rester résilients dans les moments difficiles, les entrepreneurs sont par définition optimistes, ils croient en leurs capacités et s'assurent de tout mettre en œuvre pour atteindre leurs objectifs et ont une maîtrise en soi, l'entrepreneur se doit d'être déterminé dans ses projets avant, pendant et après la création de son entreprise.

L'innovateur

Il est celui qui vient bouleverser l'activité économique en apportant l'innovation. Son dynamisme et sa volonté de créer sont au cœur de la croissance du système capitaliste. Par l'innovation, l'entrepreneur réforme, Joseph Schumpeter souligne que l'entrepreneur est l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation. Selon lui, seuls les individus qui sont capables d'innover et méritent l'appellation d'entrepreneur.

Un preneur de risque

Un preneur de risque est une personne qui est encline à s'engager dans des situations ou des activités qui comportent un certain degré d'incertitude ou de danger. Ces individus sont souvent motivés par la recherche de récompenses potentielles, chez les entrepreneurs, la prise de risque est spécifique à un certain domaine et certaines situations. Certains chercheurs estiment que la

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

4.2 Les types d'entrepreneurs :

Entrepreneur-opportuniste

L'entrepreneur opportuniste est un individu vif et perspicace, et entreprendre " c'est conquérir une place sur le marché" qui doit être toujours à l'affut des nouveautés ou d'opportunités de manières de gagner sur le marché,

Entrepreneur-organisateur

L'entrepreneur-organisateur est un individu hors du commun qui cumule en lui les qualités d'un chef d'entreprise visionnaire et d'un maître de l'organisation. Il possède un talent inné pour structurer, planifier et mener à bien des projets complexes, l'entrepreneur est un être compétent qui sait organiser ses ressources, il met tout en œuvre pour développer et commercialises son innovation.

Entrepreneur-joueur

Il s'agit d'une personne qui utilise ses compétences en jeu et son sens des affaires pour créer des entreprises ou des opportunités, l'entrepreneur est aussi en quelque sorte un joueur qui prend des risques pour affronter des défis.

Entrepreneur motivé

Pour SCHUMPETER, l'entrepreneur est motivé par la réalisation de bénéfice de genres par les risques pris et la réussite. Les défis représentent des objectifs pour l'entrepreneur : on dira même que les défis lancés constituent la première source de motivation.

4.3 Le processus entrepreneurial :

Définition d'un processus :

Le processus est un enchaînement hiérarchique d'événements ou de phénomènes qui sont liés entre eux visant à atteindre un objectif ou un résultat défini dans différents domaines. Les processus jouent un rôle important dans la communication, la normalisation des pratiques, l'optimisation organisationnelle, la transition vers des opérations dématérialisées et l'obtention de certifications. La représentation visuelle d'un processus via un organigramme et sa formalisation par la rédaction de procédures constitue des outils essentiels dans sa gestion et sa mise en œuvre.

Définition du processus entrepreneurial :

Le processus entrepreneurial est une sorte de série d'étapes méthodiques que les entrepreneurs doivent traverser afin de découvrir, développer et mettre en œuvre une nouvelle entreprise ou une opportunité commerciale. Il englobe généralement la conception de l'idée, l'évaluation du marché, l'élaboration d'un plan d'affaires, la recherche de financement et de partenaire et la mise en œuvre ainsi que la gestion des activités liées à l'établissement et à l'expansion d'une entreprise. En bref, c'est le parcours suivi par un entrepreneur pour convertir une idée en une entreprise florissante.

Le processus entrepreneurial est un ensemble par lequel un entrepreneur doit traverser pour lancer son activité commerciale et embrasse généralement plusieurs étapes dynamiques.

Les différentes étapes du processus entrepreneurial

Identification d'une opportunité d'affaires : elle est considérée comme la première étape du processus entrepreneurial et elle contient 2 parties :

Conception de l'idée

C'est une pensée initiale qui peut potentiellement être développée par la suite en une opportunité d'affaires.

L'entrepreneur découvre un besoin non satisfait et à partir de là il élabore une vision de produit ou de service pour y répondre. Cela implique la création et l'évolution initiale de cette vision.

Détection d'une opportunité d'affaires à exploiter

Une opportunité d'affaires représente une occasion d'affaires ou une éventualité dans le domaine des affaires. Elle se distingue par la présence d'un besoin non satisfait, un problème non résolu ou une niche inexploitée qui peut être saisie pour générer des bénéfices.

Pour détecter une opportunité d'affaires, l'entrepreneur doit avoir la capacité d'observer et d'analyser les tendances du marché, les besoins des consommateurs, ainsi que d'autres facteurs.

Évaluation du marché

Une fois l'idée générée, L'entrepreneur analyse le marché potentiel, la concurrence et les segments de clientèle visés pour évaluer la validité de son idée. Cette phase confronte la vision entrepreneuriale à la réalité commerciale.

Élaboration d'un plan d'affaires

L'élaboration d'un plan d'affaires est une phase cruciale de ce processus parce qu'elle permet à l'entrepreneur de détailler la mission, la vision, les objectifs, les stratégies et les ressources

requis pour réaliser le projet. Cette étape critique détermine la viabilité et la faisabilité du concept un plan d'affaires complet comprend plusieurs sections essentielles :

- a) Résumé exécutif
- b) Description de l'entreprise
- c) Analyse de marché
- d) Produits et services.
- e) Stratégie de marketing et de vente
- f) Plan opérationnel
- g) Plan financier

Recherche de financement et de partenaires

Une fois le plan d'affaires est mis en place, L'entrepreneur identifie les sources de financement, car il en a besoin pour financer son entreprise, parmi ces sources on retrouve :

- A. Les investisseurs :** les investisseurs sont des personnes physique ou morale, particuliers, des sociétés de capital-risque ect . Ils investissent de l'argent dans l'entreprise afin de favoriser son développement dans le but d'un retour sur investissement.
- B. Prêts :** les prêts sont des sommes d'argent prêté a un emprunteur par des banques, des institutions financières, amis, famille ou Coopératives de crédit pour financer leurs projets.

En exigeant une garantie de remboursement

- C. Subventions gouvernementales :** ce sont des fonds offerts par le gouvernement dans le but de soutenir les porteurs de projets dans le démarrage ou le développement de leurs projets

Pour obtenir des fonds de financement, l'entrepreneur doit présenter un plan d'affaires solide et convaincant aux investisseurs ou aux prêteurs. Ce dernier doit mettre en avant la fiabilité financière de l'entreprise, ses perspectives de croissance ainsi que ses stratégies. De plus, l'entrepreneur doit être prêt à négocier les termes du financement, comme le taux d'intérêt, le montant de l'investissement, etc.

Lancement et opérations

Le lancement de l'entreprise est une étape importante dans le processus entrepreneurial, une fois cette dernière est lancée, l'entrepreneur doit être à jour dans la gestion de son entreprise, il doit l'établir, lance ses produits ou services sur le marché et gère les activités quotidiennes. Cette phase implique la croissance et développement continu de l'entreprise.

Le lancement d'entreprise est un parcours important l'entrepreneur doit constamment s'adapter aux évolutions du marché et aux attentes et besoins des clients. Cette capacité d'adaptation requiert de la flexibilité, de la créativité ainsi que de la persévérance pour prospérer dans le monde entrepreneurial.

La gestion et développement de l'entreprise

La gestion de l'entreprise marque la phase finale du processus entrepreneurial, elle englobe :

- a) Suivi des finances et de la performance,
- b) Construction la notoriété de la marque,
- c) La Croissance et consolidation des activités,
- d) Gestion des ressources humaines,
- e) Innovation et adaptation,
- f) La Gestion des risques ainsi que l'Expansion et consolidation

Ce processus n'est pas nécessairement linéaire, mais plutôt itératif, ce qui peut impliquer des allers-retours entre les différentes phases. L'entrepreneur doit faire preuve de flexibilité et d'adaptabilité tout au long de cette évolution.

5 Entrepreneuriat féminin :

L'entrepreneuriat féminin se met l'accent sur les initiatives entrepreneuriales mises en place par les femmes. Plus précisément, il s'agit des projets entrepreneuriaux portés et développés par des femmes, englobant la création, le développement, et la gestion d'entreprises par des femmes. Cette forme d'entrepreneuriat vise à mettre en lumière les spécificités propres aux entreprises détenues par des femmes, ainsi que les défis auxquels les femmes en affaires sont confrontées, que ce soit lors du processus de création ou une fois l'entreprise lancée et aussi répond aux exigences de justice et d'équité, en permettant aux femmes de bénéficier des mêmes opportunités que les hommes pour créer et développer leur entreprise.

5.1 La définition de la femme selon plusieurs auteurs :

Selon (filion 1997) « la femme entrepreneure est une personne qui prend des risques financiers pour créer ou acquérir une entreprise et qui dirige de manières innovante et créatrice en développant de nouveaux produits et en conquérant de nouveaux marchés »

Lavoie définit la femme entrepreneure comme étant la femme qui, seule ou avec un ou des partenaire(s), a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui assume tous les risques et responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante

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

La femme entrepreneur c'est une personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salarié dépendant d'un employeur, qui seul ou en équipe, crée une nouvelle entreprise indépendante en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée,

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

Selon (DIF. A,2010) dans son ouvrage, « la femme entrepreneure est considérée comme une femme passionnée et déterminer qui a choisi de crée son entreprise où travailler à, son compte pour avoir le contrôle sur les décisions, et le temps avec un sentiment de flexibilité, exploiter au maximum ses capacités et ses compétences »

Selon Belcourt et al. (1991) décrivent la femme entrepreneure, comme : « cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise »

5.2 L'entrepreneuriat au féminin : Approche du genre

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

Tout d'abord : " la notion du genre renvoie aux constructions sociales et culturelles du féminin et du masculin, des rôles respectifs de l'un et de l'autre sexe, des compétences attribuées aux hommes et femmes qui se construisent autour des différences biologiques des femmes et

des hommes " (CONSTANTINDIS,2007) Et selon la FAO c'est l'ensemble de "différentes opportunités offertes aux hommes et aux femmes, les rôles qui leur sont assignés socialement et les relations qui existent entre eux".

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

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

5.3 Historique (R, 2006) (FAO).

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

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

À partir des années 1970, les bouleversements socioculturels planétaires ont progressivement fait reculer cette injuste pratique pour provoquer enfin son abolition dans la majorité des pays. L'inlassable et honorable lutte menée par les femmes dans ce contexte, lui ont autorisé d'investir tous les domaines de la vie.

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

On parle ici de l'égalité et de l'élimination de tout type de discrimination. Ces deux conditions sine qua non sont nécessaires pour le développement social et économique harmonieux de toute nation. Elles ont également pour finaliser leurs habilitations à une émancipation de mêmes niveaux de celle de la gent féminine.

5.4 Les modèles fondateurs de l'approche genre

5.4.1 *Le modèle de laccase (1990).*

L'objet de ce modèle est de comprendre l'émergence de la petite entreprise et principalement, en se basant sur l'avènement entrepreneurial de SHAPERO et SOKOL, qui est

bâti sur quatre formes principales comme : la création d'entreprise, l'acquisition d'une entreprise existante, l'accession à la propriété d'une entreprise sur invitation et, enfin, l'accession à la propriété d'une entreprise familiale par héritage (succession) (Saleh, 2011).

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

Les variables de situation sont réparties en deux formes :

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

5.4.2 *Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich*

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

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

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

5.4.3 *Le modèle de Hisrich et Brush*

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

5.4.4 *Le mampreneuriat :*

C'est un nouveau concept dans le domaine de l'entrepreneuriat féminin, apparu comme un concept international dont les nombreuses femmes s'approprient à ce concept et se déclarent

mampreneures à partir des années 1990, d'abord au Canada puis aux états unis d'Amérique u, à travers le monde.

Selon (Nel, 2010) traduit de L'anglais : le mampreneuriat est une nouvelle tendance émergente qui s'insère dans le concept de l'entrepreneuriat dans les entreprises familiales et une partie de l'entrepreneuriat féminin.

Selon (carrigan, 2012) : une mampreneur est une femme entrepreneure qui démarre une entreprise afin de pouvoir à la fois travailler et s'occuper de son jeune enfant.

Pour l'association dite Mampreneures : être une mampreneur, une maman-chef d'entreprise est avant tout un état d'esprit, actrices a part entière du monde économique, et selon leur autre définition elles ont fait le choix de se lettre à leur compte ou de crée leur entreprise pour gagner en liberté, et surtout trouver un équilibre entre leurs vies personnelles et professionnelles.

Section 2 : l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien

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

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

L'opération de création exige la mise en œuvre de processus accompagnent fondes sur une relation symbiotique et efficace entre l'accompagnement et l'accompagne,

L'accompagnement en Algérie se pose essentiellement sur l'accompagnement procuré par l'État via les dispositifs d'aide à la création d'entreprise (ANSEJ, ANGEM, CNAC...).

L'accompagnement entrepreneurial :

L'accompagnement entrepreneurial vise à créer les conditions favorables à l'émergence et la réussite de projets entrepreneuriaux. Il fait appel à une diversité de méthodes, qui assure à l'entrepreneur un apprentissage multivarie et continu, et lui permettant de promouvoir son projet.

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

Le suivi post-crétation

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

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

5.5 Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise

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

5.5.1 *Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat NESDA*

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

- Mettre à la disposition des jeunes porteurs de projets toutes les informations d'ordre économique, technique, législatif et réglementaire relatives à l'exercice de leurs activités. - Fournir des aides à l'investissement pour les jeunes porteurs de projets dans le cadre du montage financier et le suivi des prêts.

- Établir des relations permanentes avec les banques et les institutions financières dans le cadre du montage financier des projets. Cette Agence offre son soutien financier sous différentes formes de subventions financières, fiscales et parafiscales. Les subventions

financières prennent la forme de prêts sans intérêt, à long terme accordés par l'Agence exonérée de paiement des intérêts.

Grosso modo ce travail vise l'analyse d'une importante politique d'emploi en Algérie en termes de classe ciblée, la création d'entreprise de biens et de services et en matière de financement de ces projets. Notre choix s'est porté sur le programme de NESDA vue son rôle dans la lutte contre le chômage et la pauvreté. Pour ce faire, une base de données a été requise auprès de l'agence et qui a fait l'objet d'une analyse statistique qui a touché l'ensemble des facteurs ayant trait à la création de postes d'emploi. Les données recueillies portent sur les activités, les nombres d'emplois créés, et les projets ainsi que les montants des financements par rapport à chaque wilaya. L'analyse statistique s'est concentrée sur le traitement descriptif des données et la régression multiple. Le travail a abouti sur plusieurs résultats notamment l'artisanat est l'activité la plus rentable en matière de création d'emploi.

5.5.2 Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

Salariés ayant perdu leur emploi pour raison économique, elle gère un fonds de crédit pour la création d'entreprises. Elle participe au service public de l'emploi. Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) est un organisme algérien chargé de l'indemnisation. Elle est créée en 1994, elle est destinée aux chômeurs qui satisfont les conditions d'âge entre 35 et 50 ans, notamment pour les personnes ayant perdu leurs postes d'emploi et inscrits auprès de l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) depuis au moins 6 mois. La CNAC s'est

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

5.5.3 Agence Nationale de Gestion des Microcrédits (ANGEM)

Le financement ANGEM est un dispositif de microcrédit, qui vous offre la possibilité de bénéficier d'un accompagnement pour la réalisation de votre projet professionnel. Elle est entrée en vigueur en 2004. Elle est destinée à garantir les prêts accordés par les banques et les institutions financières pour les bénéficiaires de microcrédit (citoyens qui ont de 18 ans et plus sans revenus et/ou de petits revenus instables et irréguliers, leur permettant l'achat d'un petit équipement ou de matière pour exercer une activité ou un métier). Elle vise à leur intégration économique et sociale à travers la création d'activité de production de biens et services, y compris à domicile, dont le montant des investissements est fixe à 50 000 DA minimum, et ne serait les dépasser les 400 000 DA, remboursables dans un délai de 12 à 60 mois (1 à 5 ans).

5.6 Les femmes entrepreneures en Algérie en chiffres

5.6.1 *Taux d'activité chez les femmes depuis de 1970 jusqu'à 2018 :*

Dans les années 70-80, la participation des femmes algériennes dans le monde du travail était très limitée

En 1977, le nombre de femmes qui travaillent était estimé à 138 234, représente seulement 5,91 % de l'ensemble de la population occupée. Ce taux a faiblement augmenté pour atteindre 7,15 % en 1989 (Attar & Bouabdallah, 2018).

En 1990, la contribution des femmes à l'emploi a été significative, avec un taux d'occupation de 15,57 % de l'ensemble de la population occupée. (Attar & Bouabdallah, 2018)

Au début des années 2000, le taux d'occupation des femmes a continué d'augmenter jusqu'à attendre un taux de 18 % employé plus précisément dans le secteur public.

Bien qu'une légère régression a été marquée en 2008 (15,6 %) et 2009 (15,3 %), l'emploi féminin à continuer d'accroître jusqu'en 2012

En 2012, la population active féminine a excédé 2 millions de femmes (2 142 000), représentant 18,8 % de l'ensemble de la population active sachant que La population active féminine était alors estimée à 1 778 000 femmes, représentant ainsi 17,5 % de l'ensemble de la population occupée global.

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

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

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

Le tableau ci-dessus révèle une augmentation de la population active totale, passant de 9 470 000 en 2004 à 10 812 000 en 2010, puis à 11 453 000 en 2014. En ce qui concerne la population active féminine, elle fluctue d'une période à l'autre : en 2004, les femmes représentaient 1 660 000 personnes, soit un taux de 17,53 % ; en 2010, ce chiffre est monté à 1 822 000, avec un taux de 16,85 % ; et en 2014, il a atteint 2 078 000, avec un taux de 18,14 %. Malgré ces variations, le taux d'activité féminine demeure faible.

Tableau n°02 : Évolution de la population active féminine (en milliers)

	2004	%	2010	%	2014	%
occupée	1359	81.87	1474	80.90	1722	82.91
Chômeuse	301	18.13	348	19,10	355	17.09
totale	1660	100	1822	100	2077	100

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

Le tableau antérieur illustre une augmentation de la population active féminine au fil des années. En 2004, ce chiffre était de 1 660 000 femmes, dont 1 359 000 étaient employées et 301 000 étaient au chômage. En 2010, sur un total de 1 822 000 femmes actives, 1 474 000 étaient employées tandis que le reste était sans emploi. En 2014, la population active féminine a de nouveau augmenté, atteignant 2 077 000, avec 1 722 000 femmes occupées et 355 000 femmes sans emploi.

En 2016, le nombre de femmes occupées a franchi le seuil des deux millions (2062000), représentant 18,9 % de la population active (Attar & Bouabdallah, 2018).

Selon ONS en 2018, les femmes figuraient 17,8 % de la population occupée totale en Algérie, mais leur poids dans le chômage reste quand même élevé (32,4 %). Parmi les chômeuses, celles qui obtiennent un diplôme de l'enseignement supérieur représentaient un taux de 65,5 %.

Malgré une légère augmentation au cours des dernières décennies, le taux d'activité des femmes en Algérie demeure parmi les plus bas du monde arabe, malgré un niveau élevé de scolarisation à tous les niveaux d'éducation, Il a augmenté de 11,9% en 2000 jusqu'à 15,31% en 2018,

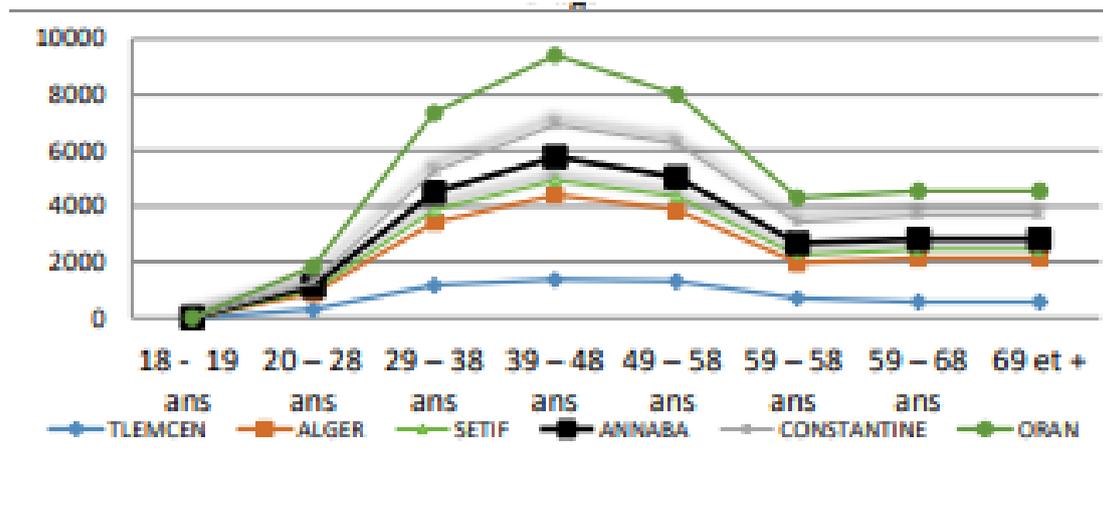
5.6.2 Taux de femmes entrepreneures selon le genre et les wilayas :

En ce qui concerne l'entrepreneuriat, comparer avec le nombre total d'entrepreneurs dans le pays, l'entrepreneuriat féminin représentait 13,4% en 2003, puis a augmenté jusqu'à 20,1% en 2004,

Selon l'ONS, progression de l'auto-emploi, été enregistré principalement chez les hommes, tant dis que participation chez les femmes il a stagné.

Entre 2003 et 2018, le nombre de femmes entrepreneures a augmenté de 60,1 %, mais ce taux a fluctué irrégulièrement dans l'importance de l'entrepreneuriat féminin, selon une analyse plus nuancée du Cread (Rabhi, 2019)

Figure N° 1 : Les femmes entrepreneure dans les grandes villes par tranche d'âge



Source : Le registre de commerce : indicateurs et statistiques de 2017

Selon ce graphique, la plupart des femmes entrepreneures en Algérie sont concentrées dans les grandes wilayas comme Alger, Oran, Tlemcen et Constantine. Selon les données de l'ONS, ce chiffre s'élevait à 19,4% en 2018, légèrement en hausse par rapport aux années précédentes, et presque le double du taux des hommes (9,9) Le Cread a décrit l'évolution de l'entrepreneuriat féminin au cours de la dernière décennie comme contradictoire.

En 2018, le taux de création d'entreprise par les femmes a progressé de manière irrégulière pour s'établir à 11,4% le taux le plus bas des deux dernières décennies. Malgré les efforts entrepris en Algérie qui sont détenus par des femmes, il reste l'un des taux les plus faibles au monde.

Tableau⁰³ : Répartition des personnes physiques selon la wilaya et le genre

Code wilaya	Wilaya	Sexe		Total	Le taux féminin %
		Féminin	Masculin		
01	ADRAR	554	5 683	6 237	8,88
02	CHLEF	2 050	23 372	25 422	8,06
03	LAGHOUAT	711	8 574	9 285	7,66
04	OUM EL BOUAGHI	1 288	17 174	18 462	7,50
05	BATNA	2 480	26 497	28 977	8,56
06	BEJAIA	2 968	26 216	29 184	10,16
07	BISKRA	1 575	17 271	18 846	8,36
08	BECHAR	958	7 157	8 115	11,80
09	BLIDA	2 919	24 880	27 799	10,50
10	BOUIRA	1 536	14 327	15 863	9,68
11	TAMENRASET	410	5 429	5 839	7,02
12	TEBESSA	1 172	11 552	12 724	9,21
13	TLEMCEM	2 736	26 380	29 116	9,39
14	TIARET	1 423	15 904	17 327	8,21
15	TIZI OUZOU	5 091	30 499	35 590	14,30
16	ALGER	11 212	76 441	87 653	12,79
17	DJELFA	999	19 642	20 641	4,84
18	JIJEL	1 904	13 785	15 689	12,13
19	SETIF	2 830	42 147	44 977	6,29
20	SAIDA	665	7 018	7 683	8,65
21	SKIKDA	2 780	18 079	20 859	13,32
22	SIDI BEL-ABBES	2 146	14 676	16 822	12,75
23	ANNABA	2 736	15 705	18 441	14,83
24	GUELMA	2 028	12 456	14 484	14
25	CONSTANTINE	3 394	20 638	24 032	14,12
26	MEDEA	1 414	15 421	16 835	8,73
27	MOSTAGANEM	1 803	14 394	16 197	11,13
28	M'SILA	1 468	21 293	22 761	6,44
29	MASCARA	1 739	18 638	20 377	8,53
30	OUARGLA	1 270	11 727	12 997	9,77
31	ORAN	5 584	44 185	49 769	11,22
32	EL BAYADH	677	3 985	4 662	14,52
33	ILLIZI	91	1 131	1 222	7,44
34	BORDJ BOU ARRERIDJ	1 734	19 641	21 375	8,11
35	BOUMERDES	1 702	17 858	19 560	8,70
36	EL TARF	1 609	8 194	9 803	16,41
37	TINDOUF	246	1 124	1 370	17,95
38	TISSEMSILT	557	4 582	5 139	10,84
39	EL OUED	1 055	12 070	13 125	8,03
40	KHENCHELA	692	7 815	8 507	8,13
41	SOUK AHRAS	1 522	9 171	10 693	14,23
42	TIPAZA	1 796	13 441	15 237	11,78
43	MILA	1 842	18 717	20 559	8,96
44	AIN DEFLA	1 694	16 133	17 827	9,50
45	NAAMA	824	4 221	5 045	16,33
46	AIN TEMOUCHENT	1 357	8 990	10 347	13,11
47	GHARDAIA	478	7 497	7 975	5,99
48	RELIZANE	1 049	16 296	17 345	6,04
	Total	90 768	798 026	888 794	10,21

sources : www.ons.dz/IMG/Resultats_definitifs_phase%20I_RE2011. P.77, PDF

D'après les données du tableau n°3, seulement 10% de l'ensemble des personnes physiques sont de sexe féminin. En analysant la répartition par wilaya, on constate une présence plus marquée des femmes dans des wilayas telles que Tindouf (17,95%), El Tarf (16,41%), et ANAAMA (16,33%), qui sont principalement caractérisées par une économie rurale. Ensuite viennent les wilayas de Tizi-Ouzou, Constantine, Annaba, Soukhras et El Bayadhe. En revanche, les wilayas à activité industrielle plus importante, comme Alger, Oran, Blida, Tipaza, affichent des taux de présence féminine proches de la moyenne nationale.

5.6.3 Taux de femmes entrepreneur soutenu par les dispositifs d'aide selon le genre et le secteur d'activité

Les conclusions de l'enquête en par la CRASC révèlent que parmi un groupe de 85 femmes entrepreneures ; plus de la moitié, soit 51,8 %, des femmes entrepreneures ont indiqué que l'idée de leur projet leur est venue de leur formation et de leur expérience professionnelle. Plus de deux tiers d'entre elles ont déclaré ne pas avoir reçu d'aide d'organismes publics. L'étude révèle également que 28,2 % des femmes entrepreneures ont financé leur entreprise avec le soutien de leur famille, tandis que 16,5 % ont obtenu un prêt bancaire en plus de leur propre contribution financière (Benghabrit et Rahou, 2006).

Le taux de participation des femmes dans les projets financés par l'ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'emploi des Jeunes) est de 10 %, tandis que celui des projets soutenus par le CNAC (Caisse Nationale d'Assurance Chômage) atteint 11 %.

l'ANSEJ indique qu'elle soutient d'environ 1200 microentreprises créées et dirigées par des femmes, sur un total de 8500 entreprises créées à travers le pays, représentant ainsi près de 14 % des initiatives.

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

Tableau N°04 : Les entreprises créées dans le cadre l'ANSEJ par genre et par secteur d'activité (Cumul au 30/06/2017)

Secteur d'activités	Projet financés	Hommes	Femmes	Taux de Féminité (%)
Agriculture	54147	51622	2525	5
Artisan	42674	35362	7312	17
BTPH	32543	31826	717	2
hydraulique	544	520	24	4
Industrie	24892	21352	3540	14
Maintenance	9391	9231	160	2
Pêche	1131	1115	16	1
Profession libérales	9699	5362	4337	45
Service	106288	88920	17368	16
Transport de frigorifique	13385	12996	389	3
Transport de marchandises	56530	55821	709	1
Transport voyageurs	18986	18505	481	3
total	370210	332632	37578	10

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

En analysant les données de ce tableau, on remarque que nombre d'hommes qui ont bénéficié du programme de l'ANSEJ est plus élevé (332 632) sur (370 210) par rapport au nombre de femmes qui représente (37 578) sur (370 210).

Tableau N°05 : Répartition des crédits octroyés par l'ANGEM par sexe et produit

	Nombre total de bénéficiaires	Nombre de femmes bénéficiaires	(%)	Nombre d'emploi créé par des femmes
Financement APM	713304	478817	67 ,13	718226
Financement projet	77117	14102	18 ,29	1153
total	709241	492919	62 ,38	739379

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

Les données du tableau 05 révèlent une prédominance des femmes parmi les bénéficiaires de ces services. Sur les 790 241 projets financés par l'ANGEM, 492 919 sont attribués à des femmes, ce qui représente 62,38% du total des financements accordés. Cette observation met en lumière une facette importante de l'entrepreneuriat féminin. Notamment, dans le cas des microcrédits destinés à l'achat de matières premières, la participation des femmes est particulièrement élevée, atteignant 67,13%. Cependant, pour la seconde catégorie, qui implique un engagement financier plus traditionnel avec les banques et le paiement d'intérêts, la proportion de femmes bénéficiaires diminue considérablement, n'atteignant plus que 18,29%, selon l'analyse de Remaoum et Charmes. Cette disparité entre les deux catégories suggère qu'il existe encore des possibilités d'ajustement de l'offre de services financiers de l'ANGEM pour mieux répondre aux besoins et aux réalités des femmes, afin de les soutenir davantage et de les aider à dépasser le stade de la simple subsistance.

Après examen du tableau N°06 portant sur les secteurs financés par les dispositifs publics établis dans le cadre de la lutte contre le chômage et l'exclusion sociale par l'Agence Nationale pour l'appui à l'emploi des Jeunes (ANSEJ) et la Caisse Nationale d'Assurance-Chômage (CNAC), il est notable que sur les 364 445 projets financés par l'ANSEJ, seuls 36 643 (soit 10,1%) aient été initiés par des femmes. De manière similaire, le pourcentage de projets financés par la CNAC portés par des femmes est presque équivalent, s'élevant à 9,64% de l'ensemble des projets financés.

Tableau N06 : projet ANSEJ et CANC financé par le sexe et par le secteur d'activité

Secteur d'activité	ANSEJ			CNAC		
	Projet financés	Dont porté par des femmes	Pourcentage projets féminins	Projets financés	Dont porté par des femmes	Pourcentages féminins
Agriculture	53486	24332	4,5	16548	1905	11,5
Artisanat	42513	7255	17,1	11130	2459	22,1
Construction	32405	716	2,2	8225	195	2,4
Industrie	32996	3540	10 ;7	11147	2273	20,4
Profession libérale	9198	4060	44 ,2	778	336	43,2
Service	104947	17058	16, 3	29526	5035	17,1
Transport	88900	1579	1,8	58019	847	1,5
Total	364445	36643	10,1	135373	13050	9,6

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

Après examen du tableau N°06 portant sur les secteurs financés par les dispositifs publics établis dans le cadre de la lutte contre le chômage et l'exclusion sociale par l'Agence Nationale pour l'appui à l'emploi des Jeunes (ANSEJ) et la Caisse Nationale d'Assurance-Chômage (CNAC), il est notable que sur les 364 445 projets financés par l'ANSEJ, seuls 36 643 (soit 10,1%) aient été initiés par des femmes. De manière similaire, le pourcentage de projets financés par la CNAC portés par des femmes est presque équivalent, s'élevant à 9,64% de l'ensemble des projets financés.

Tableau N°07 : Répartition des entreprises créées dans le cadre de l'ANGEM par secteur d'activité

Secteurs d'activité	Nombre de prêts octroyés	Nombre de femme bénéficiaire	Parts de femmes
agriculture	111758	31229	27,94
Très petite industrie	305265	272963	89,42
BTP	67321	59725	7,77
Services	164716	59725	36,26
Artisanat	137538	123332	89,67
Commerce	3039	385	12,67
Pêches	784	54	6,89
totale	790421	492919	62 , 36

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

Selon les données du tableau N°07, il est observé que la majorité des crédits octroyés par L'ANGEM aux femmes sont destinés aux projets dans les TPI et l'artisanat, avec plus de 90% de ces crédits alloués à des femmes. En revanche, dans le secteur des services, qui arrive en deuxième position en termes de nombre de crédits accordés, les femmes ne représentent qu'un tiers des bénéficiaires. En ce qui concerne l'âge, environ 70% des femmes bénéficiaires ont 40 ans ou moins au moment de l'obtention du crédit, indiquant que ce sont principalement les jeunes qui bénéficient de ce programme. De plus, il est pertinent de noter que la moitié des bénéficiaires des financements de l'ANGEM ont un niveau d'éducation secondaire, c'est-à-dire entre 6 et 9 ans d'études. En outre, seulement 4,08% des femmes bénéficiaires sont diplômées universitaires, ce qui montre une participation relativement faible de cette catégorie de femmes aux programmes de l'ANGEM.

Les statistiques du CNRC concernant les femmes inscrites au registre de commerce montrent une augmentation continue de leur nombre. Celui-ci est passé de 159 807 à la fin de 2019 à 165 911 à la fin de 2020, puis à 173 687 à la fin de 2021, et à 179 049 en 2022, pour atteindre 187 741 en 2023 et 192 568 à la fin de février 2024.

Les femmes entrepreneures algériennes font face à plusieurs problèmes structurels qui contrarient leur progression en tant que chefs d'entreprise. Cette situation s'explique par les raisons suivantes.

Les obstacles les plus rencontrés sont :

- La difficulté d'accès au financement est l'obstacle le plus répondu dans le processus entrepreneurial féminin en Algérie à cause du manque de capitaux initiaux personnels et la réticence des institutions financières à accorder des crédits. Ceci est expliqué par le fait que les femmes sont moins aptes à prendre des risques financiers et que leurs projets sont souvent considérés comme moins ambitieux par les prêteurs.
- Les normes sociales ainsi que les préjugés empêchent les femmes de poursuivre leur carrière entrepreneuriale et les poussent à rester à la maison, des fois, la société oblige les femmes à laisser tomber leurs carrières surtout si elles veulent travailler en dehors d'un bureau. Des études confirment que ces pressions sociales existent toujours.
- Les obstacles rencontrés pour accéder au foncier dans les zones d'activité. Certaines d'entre elles critiquent l'administration pour son manque d'attention envers leurs projets, arguant de leur petite taille. Cette exclusion affaiblit leurs entreprises et limite leurs possibilités de développement.
- La conciliation vie privée/travail est un obstacle très répondu, les entrepreneures algériennes trouvent plus de difficultés à équilibrer entre leurs tâches ménagères et responsabilité à la maison et leurs vies de femmes entrepreneures
- Le manque de participation des femmes dans les réseaux d'affaires
- L'insuffisance de soutien et de la reconnaissance de l'environnement familial et amical de la femme entrepreneur
- Les attitudes défavorables sont souvent à l'origine de la discrimination sexuelle que les femmes rencontrent dans leurs interactions quotidiennes avec divers partenaires de leur entreprise, tels que les fournisseurs, les banquiers ou les clients. Elles se heurtent fréquemment à un manque de crédibilité.

D'autre part, chez beaucoup de femmes souhaitant entreprendre, beaucoup hésitent à le faire par manque de confiance en elles. De plus, l'entourage ou bien la famille des fois les découragent, par manque de connaissances, ancien mode de vie et de penser

« Le plus pernicieux ennemi de la femme, c'est sa peur d'entreprendre. Et il n'existe qu'une seule façon d'entreprendre, c'est l'action. Lancez-vous, car cette force ne vous quittera plus ». Wafa J.C fondatrice

5.6.4 *Les motivations de l'entrepreneuriat féminin*

Le fondement de l'entrepreneuriat féminin est de stimuler son esprit et de lui permettre de Son projet fut une réussite. et parmi ces motivations on retrouve :

- Capacité à maîtrise des connaissances professionnelles dans un certain domaine d'activité donnée et le pouvoir de s'affirmer à égalité avec les hommes et de devenir une femme d'affaires.
- Le contrôle d'un savoir-faire avant de créer une entreprise s'explique par une certaine caractéristique féminine qui est la prudence.
- Parfois contradictoires, les motivations qui poussent les femmes à créer leur entreprise révèlent les tensions qui les traversent (entre le désir de s'épanouir personnellement et le besoin de garantir un revenu minimum, entre le désir de passer du temps en famille et la volonté de se réaliser).
- Créer son entreprise est la seule façon de trouver un emploi.
- L'exploration d'un épanouissement personnel grâce à un emploi qui correspond à ses ambitions ou centres d'intérêt.
- Comprennent des aspects tels que le besoin d'indépendance
- Avoir son entreprise permet d'avoir plus de liberté pour s'occuper davantage de son foyer contrairement à l'emploi salarié qui offre une liberté moindre
- avoir la liberté dans ses choix et de ne plus avoir de patron qui impose des règles : crée son entreprise permet de se délivrer d'une autorité hiérarchique et de ne plus devoir rendre des comptes qui que ce soit. Surtout pour les femmes qui ont les l'aptitude de s'affirmer en tant que chef d'entreprise.
- L'une des raisons qui incitent les femmes à se lancer dans les affaires est la quête de revenus plus élevés. Cette motivation se manifeste généralement lorsque les femmes sont au chômage ou recherchent une autre source de revenus.

Conclusion du chapitre :

En conclusion, ce premier chapitre a fourni une vue d'ensemble exhaustive des concepts clés et de la littérature sur l'entrepreneuriat. En définissant d'abord les termes essentiels et en explorant les différents types et approches entrepreneuriales, nous avons tracé l'évolution historique de l'entrepreneuriat à travers les siècles. Les caractéristiques et la typologie des entrepreneurs ont été examinées en profondeur, ainsi que l'entrepreneuriat féminin, abordé sous divers angles théoriques et historiques. Enfin, la deuxième section a mis en lumière l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien, en présentant les dispositifs d'accompagnement et les statistiques pertinentes. Ces éléments posent les bases pour une compréhension plus nuancée de l'entrepreneuriat contemporain et de ses dynamiques spécifiques.

Chapitre 02

Etude de terrain auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia

6 Chapitre 2 : Etude de terrain auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures de la wilaya de BejaiaIntroduction au chapitre

Dans ce présent chapitre, nous avons réparti notre travail de recherche en deux sections, dans la première nous présenterons notre méthodologie de recherche, l'objectif de l'enquête ainsi que l'élaboration du questionnaire dans la deuxième section nous analyseront le profil de l'entreprise féminine ainsi que celui de la femme entrepreneure.

Enfin dans le dernier point, nous discuterons sur les résultats obtenus de notre recherche

7 Section 1 : Méthodologie de l'enquête de terrainMéthodologie de la recherche :

Le sujet de ce mémoire est intitulé "Les femmes entrepreneures dans la wilaya de Béjaïa : entre motivations et contraintes liées au genre". ce dernier a été élaboré pour répondre de manière précise et objective à cette problématique, une enquête de terrain a été mise en place à fin de pouvoir recueillir les informations nécessaires.

Cette enquête a d'abord nécessité l'identification des femmes entrepreneures actives dans la wilaya de Béjaïa. Une fois identifiées, elles ont été contactées pour participer à l'étude en répondant à un questionnaire, ce dernier été mis a leurs dispositions à la fois en version papier et en ligne. Cette étape vise à collecter des données qui permettront d'analyser les motivations et les contraintes rencontrées par ces femmes dans leur parcours entrepreneurial.

Grâce à cette approche méthodique, il a été possible de rassembler des informations pertinentes et de qualité, nécessaire pour une analyse approfondie de la situation des femmes entrepreneures dans cette région, et ainsi de proposer des recommandations éclairées pour améliorer leurs conditions.

Objectif de l'enquête :

Notre enquête vise au principal à dresser un certain nombre de points caractérisant la femme entrepreneure et son comportement visait de son entreprise. Sur la base de la partie théorique et de quelque enseignant méthodologique, nous avons élaboré un questionnaire de 34 questions réparties en 4 axes et cela dans le but de cerner un maximum d'information de recherche liée à

l'activité féminine afin de mener à bien notre enquête, le choix de ces axes est motivé par le souci d'identifier le profil de l'entrepreneur féminin et son mode de gestion.

L'élaboration du questionnaire :

Pour apporter une réponse fiable et objective à notre problématique, nous avons créé un questionnaire. Structuré sur ces quatre parties importantes:

Profil de l'entreprise féminine :

Cette section recueille des informations détaillées sur les entreprises dirigées par des femmes dans la wilaya de Béjaïa. Les questions portent sur la (taille de l'entreprise, le secteur d'activité, la durée d'existence.....)

Profil de la femme entrepreneure

Cette partie s'intéresse aux caractéristiques personnelles et professionnelles des femmes entrepreneures, notamment (l'âge, le niveau d'éducation, l'expérience professionnelle, son parcours entrepreneurial...). L'objectif est de dresser un portrait complet des entrepreneures de la wilaya de Béjaïa

Taille et échantillon

Présentation de l'échantillon des femmes entrepreneures à Béjaïa : cible et constatation

Tableau N° 8: la taille et l'échantillon de l'enquête sur le terrain

Objet	Total
Échantillon	40
Questionnaire format papier	20
Questionnaire mis en ligne	20
Cas de refus	5
Questionnaire rempli	35
Taux de réponse	87,5%

7.1.1 Déroulement de l'enquête :

Notre enquête de terrain a été entamée dès le mois de mai 2024. Nous avons réalisé la remise de questionnaire par nous même pour les entreprises féminines, alors nous avons créé un questionnaire en ligne (20 réponses récoltent), un autre sous format papier a été distribué dans la ville de Bejaïa (20 questionnaires distribués), toutefois il est à noter que le nombre de 40 entrepreneures visé n'a pas été atteint à cause d'un certain nombre de difficultés qui ont entravé notre enquête. Le problème réside au niveau de quelques entrepreneurs qui refuse de mettre à notre disposition en tant qu'étudiants, les données dont elle dispose concernant les femmes entrepreneures par la suite on a cherché par nous-mêmes ce qui a pris beaucoup temps, et lorsqu'on a distribué les 40 questions on a pu récupérer 35, et les 5 autres femmes

Entrepreneures n'ont pas accepté de nous répondre par quelles ne possèdent pas de temps ou par la non-disponibilité ou encore par la raison que leur travail reste intime et confidentiel.

De toute façon, les statistiques publiées par les différents organismes d'accompagnement et d'aide à la création d'entreprise Restent incomplète du moment que les statistiques touchant au sexe féminin ne sont toujours pas disponibles ou trop rares, ce qui a encore rendu notre tâche difficile.

Section 2 : discussion et analyse des résultats de l'enquête

Le profil de l'entreprise féminine :

Tableau N°9 : Depuis combien de temps l'entreprise est-elle opérationnelle ?

Temps	Effectifs	Taux
Moins d'un an	3	8,6%
Entre 1 et 5 ans	15	42,9%
Entre 5 et 10 ans	15	42,9%
Plus de 10 ans	2	5,7%
Total	35	100%

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Les résultats montrent la répartition des entreprises en fonction de leur ancienneté au sein de l'organisation, parmi 35 effectifs.

Voici l'interprétation des données :

- Moins d'un an : 3 entreprises, soit 8,6% du total.
- Entre 1 et 5 ans : 15 entreprises, soit 42,9% du total.
- Entre 5 et 10 ans : 15 entreprises, soit 42,9% du total.
- Plus de 10 ans : 2 entreprises, soit 5,7% du total

La majorité des entreprises (85,8%) ont une ancienneté comprise entre 1 et 10 ans, avec une répartition égale entre ceux ayant entre 1 et 5 ans et ceux ayant entre 5 et 10 ans (42,9% chacun). Seuls une petite proportion d'effectifs à moins d'un an (8,6%) ou plus de 10 ans (5,7%) d'ancienneté.

Tableau N° 10 : Chiffre d'affaires réalisé par les femmes entrepreneures de Bejaia

Montant	Effectifs	Taux
Moins 500 000	10	28,6%
ENTRE 500.000 ET 1.000.000	12	34,3%
ENTRE 1.000.000 ET 2.500.000	8	22,9%
ENTRE 2.500.000 ET 5. 000.000	5	14,3%
Total	35	100,0%

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ce tableau présente les chiffres d'affaires réalisés par des femmes entrepreneures de Bejaia :

- Moins de 500 000 : 10 entrepreneures ont réalisé 500 000 Da de chiffre d'affaires, représentant 28,6% du total.
- Entre 500 000 et 1 000 000 : 12 entrepreneures ont réalisé entre 500 000 et 1 000 000, soit 34,3% du total.
- Entre 1 000 000 et 2 500 000 : 8 femmes ont réalisé entre 1 000 000 et 2 500 000, représentant 22,9% du total.
- Entre 2 500 000 et 5 000 000 : 5 femmes ont réalisé entre 2 500 000 et 2 500 000, soit 14,3% du total.

Ces résultats montrent une répartition des chiffres d'affaires avec une concentration relativement élevée dans les tranches de montants plus faibles.

Tableau N° 11 : Le bénéfice de votre entreprise en pourcentage du chiffre d'affaires :

Le bénéfice en pourcentage du chiffre d'affaires	Effectifs	Taux
20%	1	2,9%
25%	7	20%
30%	6	17,14%
35%	8	22,9%
40%	8	22,9%
45%	1	2,9%
50%	2	5,7%
60%	2	5,7%
Total	35	100%

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Les résultats montrent la répartition des bénéfices en pourcentage du chiffre d'affaires parmi 35 effectifs.

- 20% de bénéfice : réaliser par 1 femme, soit 2,9% du total.
- 25% de bénéfice : réaliser 7 femmes, soit 20% du total.
- 30% de bénéfice : réaliser par 6 femmes, soit 17,14% du total.
- 35% de bénéfice : réaliser par 8 femmes, soit 22,9% du total.
- 40% de bénéfice : réaliser par 8 femmes, soit 22,9% du total.
- 45% de bénéfice : réaliser 1 femme, soit 2,9% du total.
- 50% de bénéfice : 2 femmes, soit 5,7% du total.

- 60% de bénéfice : 2 femmes, soit 5,7% du total.

Tableau N° 12 : Avez-vous déjà exercé une activité salariale auparavant

Type	Effectifs	Taux
Non	16	45,7%
Oui	19	54,3%
Total	35	100%

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ce tableau semble, les femmes ayant déjà exercé une activité salariale auparavant

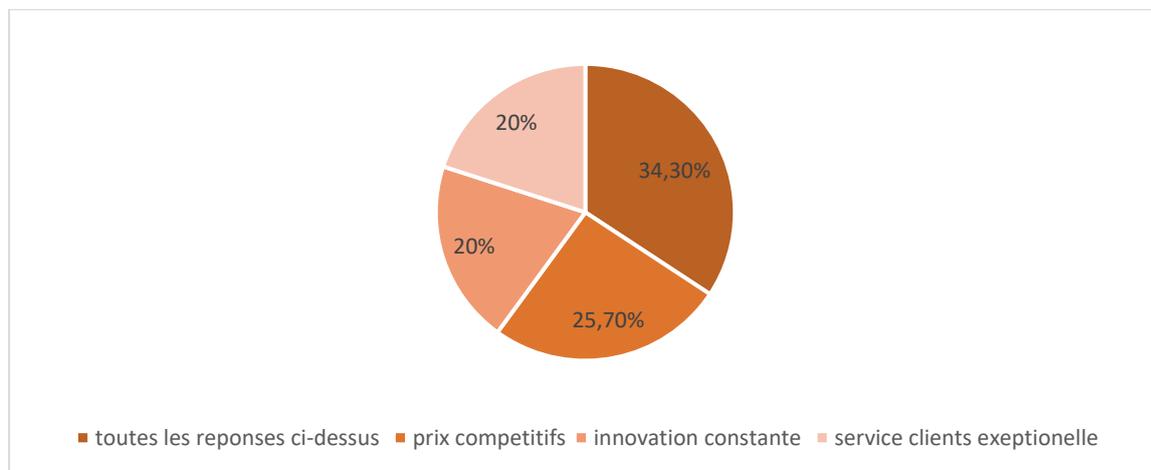
Voici une interprétation :

- Non : 16 femmes n'ont pas déjà exercé une activité salariale au paravent, représentant 45,7% du total.
- Oui : 19 femmes ont déjà exercé une activité salariale au paravent, soit 54,3% du total.

Il semble y avoir une répartition assez équilibrée entre les deux types, avec une légère prédominance vers "oui".

La majorité des femmes (65,72%) ont un bénéfice compris entre 25% et 40% du chiffre d'affaires, avec des pics notables à 35% et 40% (22,9% chacun).

Figure N°2 Comment votre Entreprise se différencie-t-elle de ses concurrents :



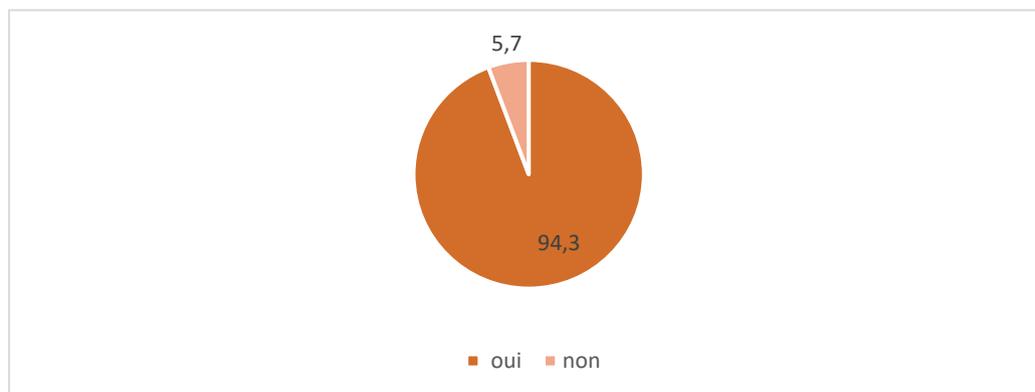
Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Les résultats de 35 femmes entrepreneures qui perçoivent la différenciation de leur entreprise par rapport à la concurrence :

- 34,4% toutes les réponses : Ces femmes estiment que leur entreprise se différencie de leurs concurrents dans plusieurs aspects combinés, incluant potentiellement le service client, les prix, et innovation constate de leurs entreprises.
- 25,7% prix compétitifs : Ces femmes pensent que des prix compétitifs sont le principal facteur qui distingue leur entreprise de leurs concurrents.
- 20% innovation constante : Ces femmes croient que l'innovation constante est le facteur clé de différenciation.
- 20% service client exceptionnel : Ces femmes indiquent que leur entreprise se distingue principalement par un service client exceptionnel.

La différenciation des entreprises gérées par ces femmes repose principalement sur une combinaison de plusieurs facteurs avec une attention particulière aux prix compétitifs, à l'innovation constante et à un service client exceptionnel. Ces éléments montrent une stratégie diversifiée pour se démarquer sur le marché.

Figure N°3 : Votre entreprise est-elle votre création ?



Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Les résultats montrent la proportion de femmes entrepreneures qui ont créé leur propre entreprise parmi un groupe de 35 femmes. Voici l'interprétation des données :

- Ont créé leurs entreprises elles-mêmes : 33 femmes, soit 94,3% du total.
- N'ont pas créé leurs entreprises elles-mêmes : 2 femmes, soit 5,7% du total.

La grande majorité des femmes (94,3%) dans ce groupe sont des entrepreneures ayant créé leur propre entreprise, indiquant une forte tendance à l'autoentrepreneuriat parmi ces femmes. Seulement une petite minorité (5,7%) n'a pas créé leur entreprise elle-même.

Tableau N° 13: Quel est le domaine d'activité de votre entreprise * Regrettez-vous le projet de crée votre entreprise ? Crosstabulation

		Regrettez-vous le projet de créer votre entreprise ?		Total
		Non	Oui	
Quel est le domaine d'activité de votre entreprise	Commerce	27	3	30
	Industrie	2	0	2
	Service	3	0	3
Total		32	3	35

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ce tableau croisé présente la répartition des entreprises selon le secteur d'activité et la satisfaction ou le regret des femmes ayant créé cette dernière. Voici l'interprétation et les explications des résultats :

Interprétation des résultats

Le domaine du Commerce : sur 30 entrepreneures la majorité soit 27 (90%), ne regrette pas leur projet tant dit que 3 (10%) le regrettent.

Le domaine de l'Industrie : Toutes les entrepreneures dans les domaines de l'industrie (2) (100%) ne regrettent pas leur projet.

Le domaine du Service : toutes les entrepreneures dans le domaine du service (3) (100%) ne regrettent pas leurs projets.

- Globalement, le niveau de satisfaction est très élevé parmi les entrepreneures, avec seulement 3 sur 35 exprimant des regrets. Cela suggère que la création d'entreprise est perçue positivement par la plupart des répondantes, indépendamment du domaine d'activité.

Les résultats peuvent s'expliquer par plusieurs facteurs :

7.1.2 Tradition et culture :

Dans la wilaya de Bejaia comme dans plusieurs autres sociétés, les femmes ont traditionnellement été associées aux secteurs du commerce tant dits que dans certains secteurs, comme l'industrie, peuvent être perçues comme étant plus masculines et donc moins accueillantes ou accessibles aux femmes. Cette division traditionnelle des rôles peut influencer le choix des femmes lorsqu'elles envisagent de devenir entrepreneures.

7.1.3 Accessibilité financière :

Le démarrage d'une entreprise dans le domaine du commerce peut nécessiter moins de capital initial que dans l'industrie ou les services, rendant ainsi le commerce plus accessible aux femmes entrepreneures, en particulier celles ayant des ressources financières limitées.

7.1.4 Flexibilité des horaires :

Le commerce peut offrir une plus grande flexibilité en termes d'horaires de travail, ce qui peut être attrayant pour les femmes entrepreneures, en particulier celles qui jonglent avec des responsabilités familiales ou d'autres engagements.

7.1.5 Réseaux et mentorat :

Les femmes peuvent avoir un accès limité à des réseaux professionnels et à des mentors dans les secteurs de l'industrie et des services, ce qui peut rendre plus difficile pour elles de démarrer et de réussir dans ces domaines par rapport au commerce, où elles peuvent trouver un soutien plus facilement.

Tableau N° 14 : Quel est le domaine d'activité de votre entreprise * envisagez-vous d'élargir la taille de votre entreprise ou d'en créer de nouvelles ? Crosstabulation

		Envisagez-vous d'élargir la taille de votre entreprise ou d'en créer de nouvelles ?		Total
		Créé une autre	Élargir	
Quel est le domaine d'activité de votre entreprise	Commerce	1	29	30
	Industrie	0	2	2
	Service	0	3	3
Total		1	34	35

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ce tableau croisé présente la répartition des entreprises le domaine d'activité et l'envie d'élargir ou de créer une nouvelle entreprise. Voici l'interprétation et les explications des résultats :

Interprétation des résultats :

7.1.6 Commerce :

Sur 30 entrepreneures une seule envisage de créer une autre entreprise tant dite que 29 envisagent d'élargir la taille de leur entreprise

7.1.7 Industrie :

Sur deux entrepreneures aucune entrepreneure ne prévoit de créer une autre entreprise dans le domaine de l'industrie, tant dit que 2 envisagent d'élargir la taille de leur entreprise.

7.1.8 Service :

Sur 3 entrepreneures aucune ne prévoit de créer une autre, mais 3 entrepreneurs envisagent d'élargir la taille de leur entreprise.

- Sur les 35 entrepreneurs, la majorité (34) envisage d'élargir la taille de leur entreprise, tandis qu'un seul entrepreneur envisage de créer une autre entreprise.

Conclusion

Il semble que la plupart des entrepreneurs envisagent d'agrandir leur entreprise plutôt que d'en créer de nouvelles.

- Dans chaque domaine d'activité, l'accent est mis sur l'expansion de l'entreprise existante plutôt que sur la création de nouvelles entreprises.

- Cela peut indiquer une confiance dans la viabilité et le potentiel de croissance des entreprises actuelles, ainsi qu'une préférence pour capitaliser sur les ressources et l'expérience déjà acquises.

Ces résultats peuvent s'expliquer par plusieurs facteurs :

Opportunités de croissance :

Les entrepreneures à Bejaïa peuvent percevoir des opportunités de croissance dans leur secteur d'activité actuel, motivant ainsi leur intention d'élargir la taille de leur entreprise. Cela peut être dû à une demande croissante pour leurs produits ou services, à une expansion du marché ou à l'identification de niches lucratives à exploiter.

Confiance dans leur entreprise :

Les entrepreneures peuvent avoir une confiance élevée dans la viabilité et le potentiel de croissance de leur entreprise actuelle, ce qui les incite à vouloir l'élargir plutôt que de créer une nouvelle entreprise à partir de zéro.

Ressources disponibles :

Les entrepreneures peuvent bénéficier de ressources et de capacités déjà en place dans leur entreprise, ce qui rend l'élargissement plus réalisable et moins risqué que la création d'une nouvelle entreprise.

Connaissance du marché

Les entrepreneures ont peut-être une bonne compréhension du marché local et des besoins des clients, ce qui leur permet d'identifier les meilleures opportunités pour étendre leur entreprise existante.

Stabilité financière

La stabilité financière de leur entreprise actuelle peut également jouer un rôle, car elle fournit les ressources nécessaires pour investir dans l'expansion et le développement plutôt que de risquer des capitaux dans une nouvelle entreprise. En somme, ces résultats reflètent la

confiance, l'optimisme et la détermination des entrepreneures à Bejaïa à saisir les opportunités de croissance dans leur secteur d'activité actuel.

Tableau N° 15 : Quelle est la taille de votre entreprise * quelle est la nature juridique de votre entreprise ? Crosstabulation

		Quelle est la nature juridique de votre entreprise ?			Total
		Entreprise individuelle	SARL	SNC	
Quelle est la taille de votre entreprise	Micro-entreprise	30	1	0	31
	Petite entreprise	3	0	1	4
Total		33	1	1	35

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ce tableau croisé présente la répartition des entreprises selon leur taille et leur nature juridique. Voici l'interprétation et les explications des résultats :

Interprétation des résultats :

7.1.9 Micro-entreprises :

Sur 31 microentreprises, 30 sont des entreprises individuelles et une seule SARL et aucune microentreprise n'est une SNC.

7.1.10 Petites entreprises

Sur 4 petites entreprises 3 sont des Entreprises individuelles une est une SNC aucune n'est une SARL.

- La majorité des entreprises sont des microentreprises individuelles (31 sur 35), Il y a peu de petites entreprises (4 sur 35).

Conclusion :

Facilité de création et de gestion : Les microentreprises, notamment les entreprises individuelles, sont souvent plus faciles et moins coûteuses à créer et à gérer. Elles nécessitent moins de formalités administratives et permettent une plus grande flexibilité dans la gestion.

Réduction des coûts : Les microentreprises bénéficient souvent de régimes fiscaux et sociaux simplifiés, ce qui peut être attractif pour les entrepreneures cherchant à minimiser les coûts initiaux et récurrents.

Entreprise individuelle dominante :

L'entreprise individuelle est la forme juridique la plus simple à mettre en place et à gérer. Elle n'exige pas de capital minimum et les obligations comptables et fiscales sont souvent moins lourdes que pour d'autres formes juridiques. Les entrepreneures ont un contrôle total sur leur entreprise, ce qui peut être préférable pour ceux qui veulent prendre toutes les décisions sans avoir à consulter des partenaires ou des associés.

Rareté des SARL et SNC

Les SARL et SNC impliquent des procédures de création plus complexes et des exigences légales plus strictes. Elles nécessitent souvent un capital minimum et des formalités administratives plus lourdes. Les entrepreneurs optent souvent pour des entreprises individuelles lorsqu'ils commencent une petite activité ou lorsqu'ils souhaitent tester une idée commerciale avec un risque financier minimal.

Tableau N° 16 : Quelle est la taille de votre entreprise * Quel est le domaine d'activité de votre entreprise Crosstabulation

		Quel est le domaine d'activité de votre entreprise			Total
		Commerce	Industrie	Service	
Quelle est la taille de votre entreprise ?	Micro-entreprise	27	1	3	31
	Petite entreprise	3	1	0	4
Total		30	2	3	35

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Interprétation des résultats :

Ce tableau croisé présente la répartition des entreprises dirigées par des femmes à Bejaïa selon leur taille et leur domaine d'activité. Voici l'interprétation des résultats :

Micro-entreprise :

Sur 31 microentreprises dirigées par des femmes, 27 opèrent dans le commerce, une dans le domaine d'Industrie et 3 dans le domaine du Service

Petites entreprises :

Sur 4 petites entreprises dirigées par des femmes 3 opèrent dans le commerce, une opère dans l'industrie. Et aucune dans le Service

-Dominance du commerce : Le secteur du commerce est plus accessible pour les femmes entrepreneures en raison de coûts initiaux moindres et de barrières à l'entrée plus faibles. Les activités commerciales comme les boutiques ou les petits commerces en ligne nécessitent souvent moins de capital initial. Le commerce offre une flexibilité en termes d'horaires et de gestion, ce qui est particulièrement avantageux pour les femmes équilibrant responsabilités familiales et professionnelles.

-Prévalence des microentreprises : Les microentreprises ont des formalités administratives et fiscales simplifiées, avantageuses pour les femmes entrepreneures qui cherchent à minimiser la complexité administrative.

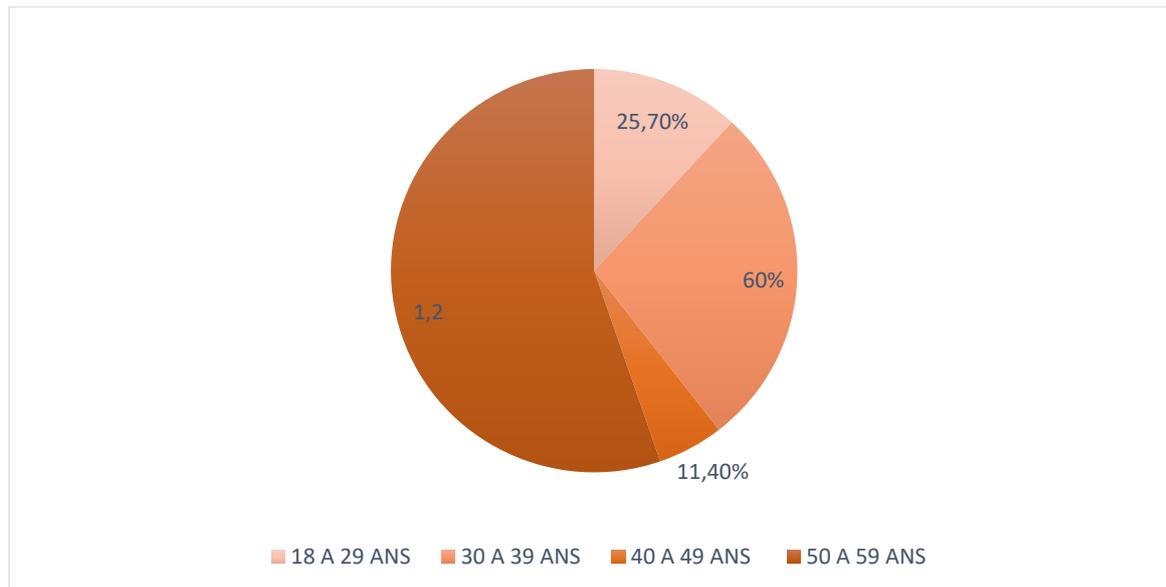
- Indépendance : La structure des microentreprises permet une gestion autonome, sans la nécessité de partenariats ou d'associés, ce qui peut être perçu comme un avantage en termes de prise de décision et de contrôle.

- Barrières à l'entrée élevées : L'industrie et certains services nécessitent des investissements initiaux importants et des compétences techniques spécialisées, dissuadant les femmes entrepreneures de ces secteurs.

- Exigences de formation et d'expertise : Les services professionnels requièrent souvent des niveaux élevés de formation et de certification, constituant une barrière pour de nombreuses femmes entrepreneures.

7.2 Le profil de la femme entrepreneure :

7.2.1 Figure N°4 : Quel âge avez-vous ?



Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Représenter la répartition de l'âge des femmes entrepreneures à Bejaïa selon quatre tranches d'âge.

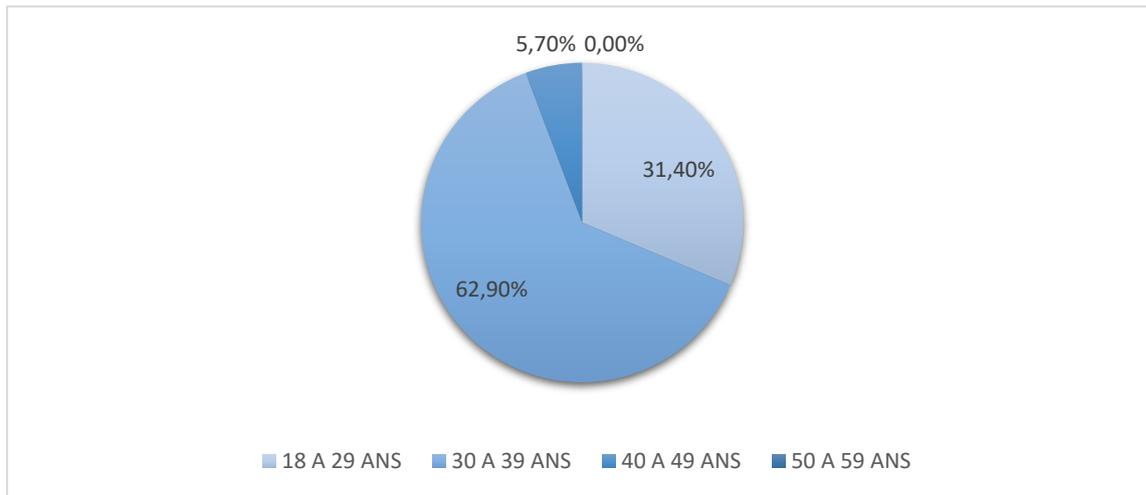
Concentration dans la tranche d'âge de 30 à 39 ans : La majorité des femmes entrepreneures semblent se situer dans la tranche d'âge de 30 à 39 ans, représentant 60% de l'échantillon.

Présence significative des jeunes entrepreneures : Bien que moins prononcée que la tranche d'âge de 30 à 39 ans, la présence des femmes entrepreneures âgées de 18 à 29 ans est tout de même notable, représentant 25,7% de l'échantillon.

Faible représentation des entrepreneures plus âgées : La tranche d'âge de 40 à 49 ans ne représente que 11,4% de l'échantillon, ce qui indique une représentation relativement faible des femmes entrepreneures dans cette catégorie d'âge.

Présentation relativement faible des femmes entrepreneures dans la tranche d'âge de 50 à 59 ans : avec seulement 2,9% de l'échantillon.

7.2.2 **Figure N°5 : A quel âge avez-vous créé votre entreprise**



Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Les résultats montrent que la majorité des femmes entrepreneures à Bejaïa créent leurs entreprises entre 30 et 39 ans (62,9%).

Une proportion notable de jeunes femmes de 18 à 29 ans (31,4%) se lancent également dans l'entrepreneuriat. En revanche, il y a une forte diminution après 40 ans, avec seulement 5,7% des entrepreneures dans la tranche 40-49 ans et aucune dans la tranche 50-59 ans. Cela indique une tendance où l'entrepreneuriat féminin est surtout présent chez les jeunes adultes et les femmes dans la trentaine, mais diminue significativement après 40 ans.

7.2.3 **Tableau 17 : Situation matrimoniale des femmes entrepreneures selon leurs âges**

Âgé	Nombre d'effectifs	Situation matrimoniale			
		Célibataire	Mariée	Divorcé	Veuve
De 18 à 29	9	88,90%	0,10%	0,00%	0%
De 30 à 39	21	52,30%	42,86%	4,70%	0%
De 40 à 49	4	75,00%	0,00%	25,00%	0%
De 50 à 59	1	100,00%	0,00%	0,00%	0%

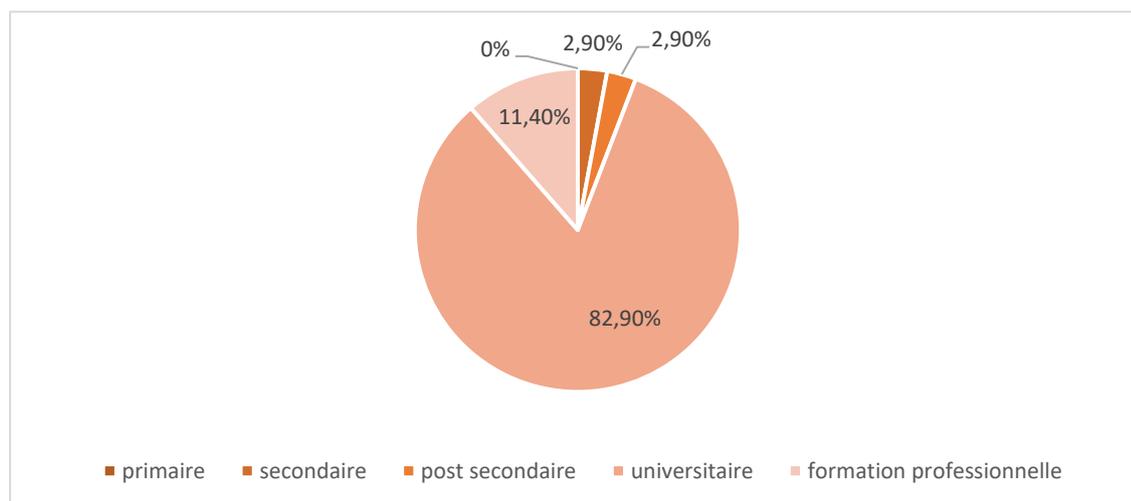
Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ce tableau présente la distribution des femmes entrepreneures en fonction de leur âge, de leur situation matrimoniale :

- De 18 à 29 ans : La plupart des entrepreneures (88,90%) semblent être célibataires, tandis qu'une petite proportion (11,15%) est mariée. Et 0% pour les autres catégories.
- De 30 à 39 ans : La majorité (52,30%) semble être célibataire, suivie d'une proportion notable (42,86%) de femmes mariées. Il y a également une petite proportion de personnes divorcées (4,70%) et veuves (4,46%).
- De 40 à 49 ans : La plupart des femmes entrepreneures (75,00%) semblent être mariées.
- De 50 à 59 ans : Toutes les entrepreneures semblent être mariées.

En somme, les femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaia sont plus fréquentées dans la catégorie célibataire et ayant entre 18 et 29 ans.

7.2.4 **Figure N° 6 : Quel est votre niveau d'instruction :**



Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Répartition des niveaux d'éducation des femmes entrepreneures à Bejaïa :

Primaire : 0% aucune des femmes entrepreneures à Bejaïa n'a uniquement un niveau d'éducation primaire.

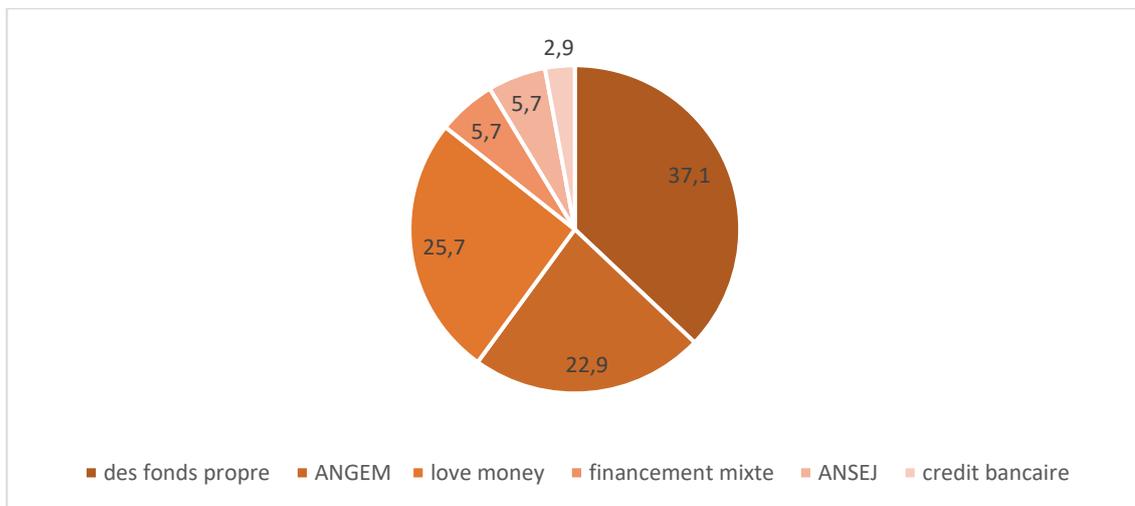
Secondaire : 2,9% : Une très petite proportion des femmes entrepreneures à un niveau d'éducation secondaire.

Postsecondaire : 2,9% une autre petite proportion des femmes entrepreneures à un niveau d'éducation postsecondaire.

Université : 82,9% de la grande majorité des femmes entrepreneures ont un diplôme universitaire.

Formation professionnelle : 11,4% une proportion significative, mais minoritaire des femmes entrepreneures à une formation professionnelle.

7.2.5 **Figure N° 8 : Les différents modes de financement :**



Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Les résultats montrent la répartition des modes de financement choisis par 35 femmes entrepreneures. Voici l'interprétation des données :

- Fonds propres : 37,1% (13 femmes) ont utilisé leurs propres fonds pour financer leur entreprise. Cela montre une forte autonomie financière et une capacité à mobiliser des ressources personnelles.
- Love money : 25,7% (9 femmes) des femmes ont été financées par des proches (famille ou amis). Ce mode de financement, basé sur la confiance et le soutien familial, est assez courant.
- ANGEM : 22,9% (8 femmes) ont choisi le financement par l'Agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM), indiquant une popularité notable de cette institution pour le soutien aux petites entreprises.
- Financement mixte : 5,7% (2 femmes) ont utilisé une combinaison de plusieurs sources de financement, ce qui montre une diversification des sources pour réduire les risques financiers.

- ANSEJ : 5,7% (2 femmes) ont été financées par l'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ), soulignant l'accès à des programmes de soutien gouvernementaux spécifiques.

- Crédit bancaire : 2,9% une femme a obtenu un crédit bancaire, ce qui suggère une utilisation limitée des financements traditionnels peut-être en raison des critères stricts de prêt. - CNAC : 0% des femmes ont utilisé le financement par la Caisse nationale d'assurance chômage (CNAC), indiquant une absence d'utilisation de ce type de financement.

Les femmes entrepreneures préfèrent majoritairement utiliser leurs propres fonds, le love money et le financement par ANGEM, avec une faible utilisation des crédits bancaires et des financements de la CNAC. Money et le financement par ANGEM, avec une faible utilisation des crédits bancaires et des financements de la CNAC.

Tableau N° 18 : Quelle est la taille de votre entreprise * Avez-vous suivi des formations en entrepreneuriat ? Crosstabulation

		Avez-vous suivi des formations en entrepreneuriat ?		Total
		Non	Oui	
Quelle est la taille de votre entreprise	Micro-entreprise	19	12	31
	Petite entreprise	0	4	4
Total		19	16	35

Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ce tableau croisé présente la répartition des entreprises dirigées par des femmes à Bejaïa selon la taille de l'entreprise et le fait d'avoir suivi des formations en entrepreneuriat. Voici l'interprétation des résultats

L'interprétation des résultats

Micro-entreprise : sur 31 femmes, 19 femmes dirigent des microentreprises sans avoir suivi de formation en entrepreneuriat, 12 femmes dirigent des microentreprises après avoir suivi une formation en entrepreneuriat.

Petites entreprises : sur 4 femmes aucune femme ne dirige une petite entreprise sans avoir suivi de formation en entrepreneuriat, et 4 femmes dirigent des petites entreprises après avoir suivi une formation en entrepreneuriat

Une majorité des femmes entrepreneures (19 sur 31) dirigeant des microentreprises n'ont pas suivi de formation en entrepreneuriat.

Toutes les femmes dirigeant des petites entreprises (4 sur 4) ont suivi des formations en entrepreneuriat, indiquant que la formation est peut-être essentielle pour développer et gérer des entreprises de plus grande taille.

Conclusions

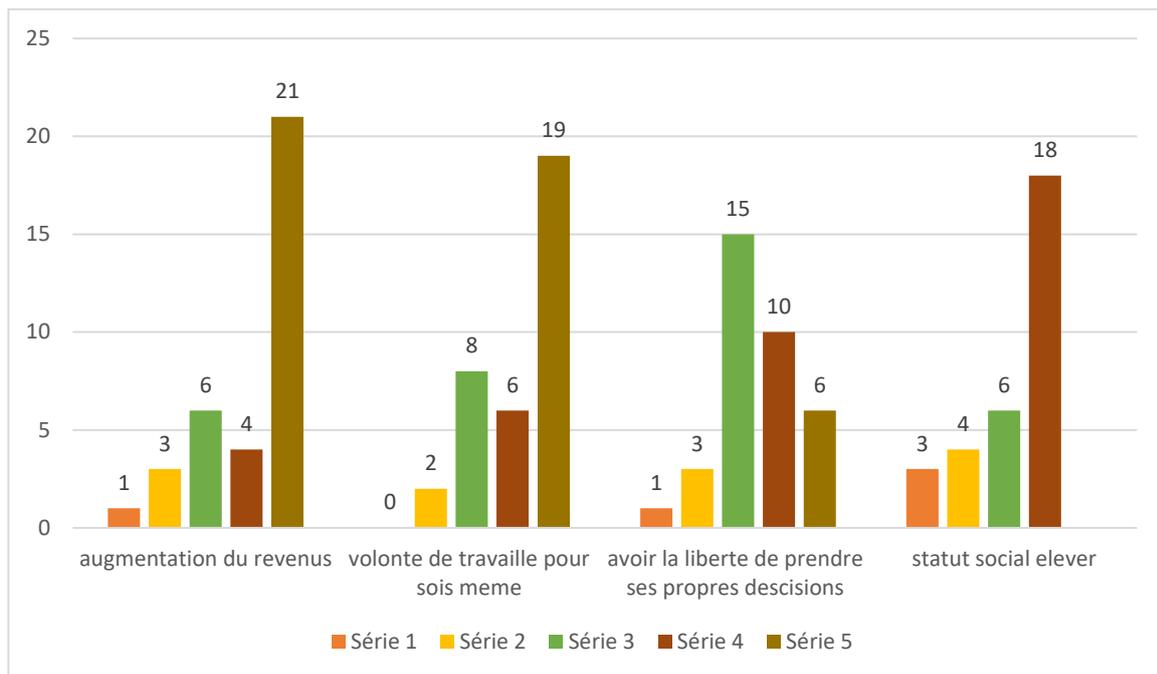
1. Impact limité de la formation sur les microentreprises : La majorité des microentreprises sont dirigées par des femmes sans formation en entrepreneuriat, indiquant que, bien que la formation puisse être bénéfique, elle n'est pas nécessaire pour démarrer une microentreprise.

2. Formation cruciale pour les petites entreprises : Toutes les petites entreprises sont dirigées par des femmes ayant suivi des formations, suggérant que la formation en entrepreneuriat est essentielle pour gérer et développer des entreprises de taille plus importante.

3. Importance des formations : Une proportion significative de femmes entrepreneures ont suivi des formations en entrepreneuriat, ce qui souligne l'importance de la formation pour les entrepreneures souhaitant améliorer leurs compétences et potentiellement réussir dans des entreprises de plus grande taille.

Dans cet environnement entrepreneurial à Béjaïa, les microentreprises, souvent gérées par des femmes, démontrent une faible dépendance aux formations en entrepreneuriat. Leur simplicité structurelle, leur accessibilité financière et l'abondance de ressources locales suffisent souvent à leur lancement et leur gestion. En revanche, les petites entreprises, nécessitant des compétences plus avancées en gestion, trouvent une importance cruciale dans la formation en entrepreneuriat. Cette dernière offre non seulement un ensemble de compétences essentielles, mais aussi une confiance accrue et un accès à des réseaux précieux pour favoriser la croissance et l'accès aux financements. Ainsi, bien que la formation ne soit pas essentielle pour les microentreprises, elle devient impérative pour les entreprises aspirant à une croissance au-delà du stade initial.

7.2.6 **Figure N° 10 : Les motivations entrepreneuriales :**



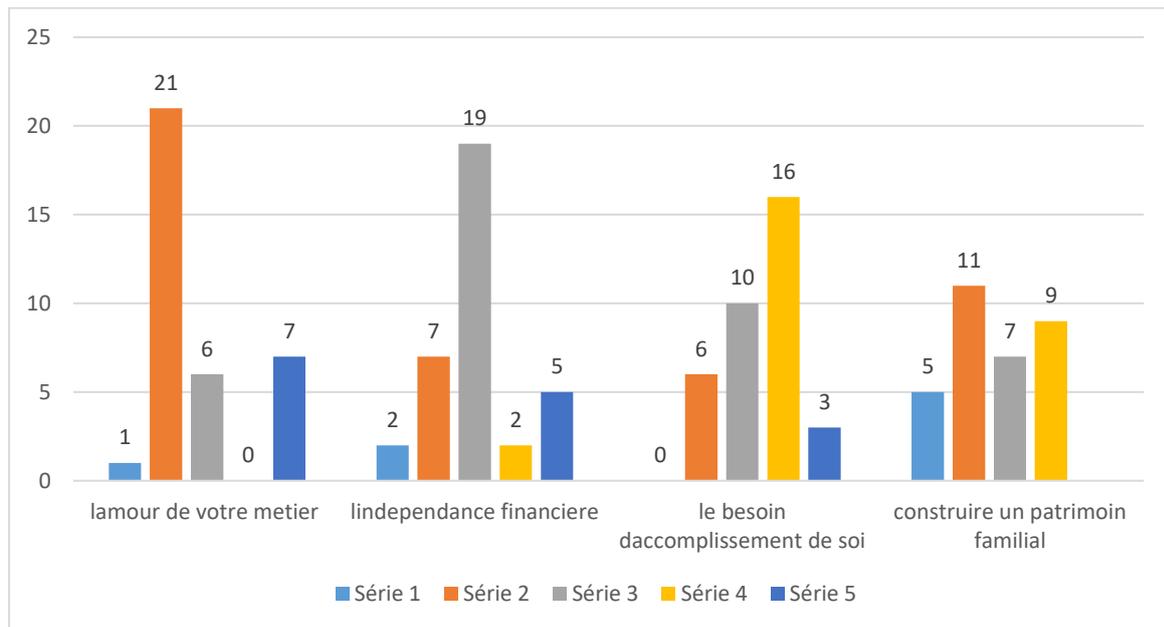
Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ces donnes nous informent sur les principales raisons qui ont poussé les femmes entrepreneurs interrogées à la création d'entreprise.

Nous constatons que la volonté segmentation du revenu représente 21 réponses obtenues on peut dire que ces femmes soulignent le succès des initiatives économiques, cela se vérifie avec le statut social élever (18 réponses)

La deuxième motivation de ces femmes questionnes réside la volonté de travaille pour soi-même (19 réponses) on peut dire donc que les femmes la désirent avoir une autonomie dans leur travail et ne veulent dépendre de personne. Cela vérifie avec le nombre de réponse sur la liberté de prendre ses propres décisions (15 réponses).

Figure N° 11 : les motivations entrepreneuriales :



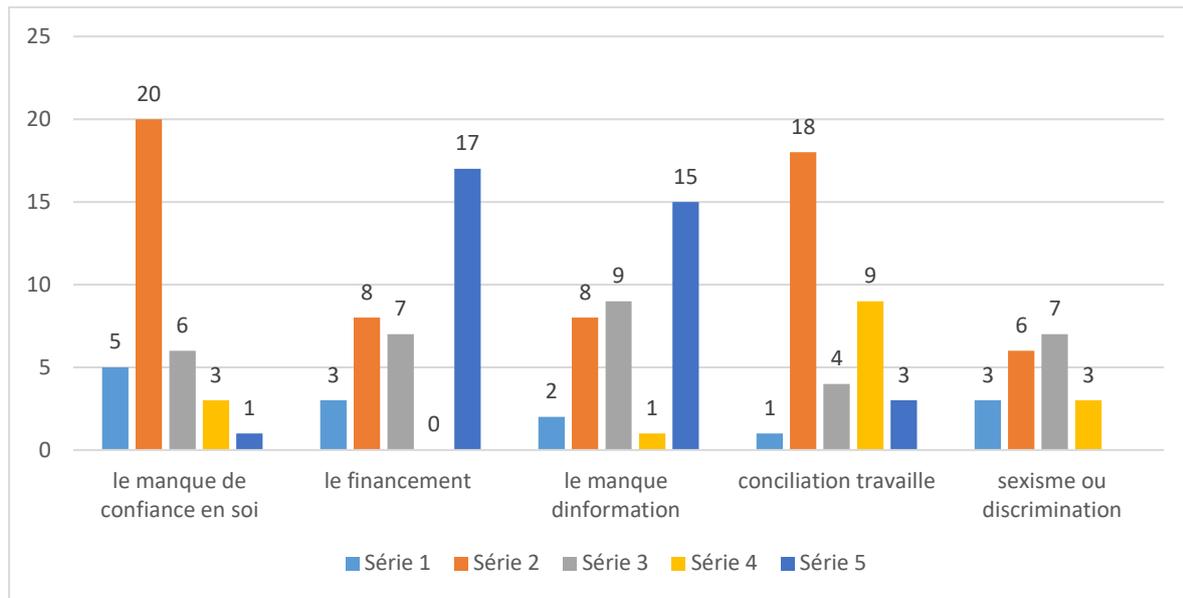
Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Ces données nous informent sur les principales raisons qui ont poussé les femmes entrepreneures à entreprendre

Les femmes entrepreneures de Bejaïa montrent un haut niveau de satisfaction et d'amour pour leur métier 21 réponses obtenues, ce qui est un signe prometteur de leur engagement et de leur potentiel de réussite. Cela se vérifie avec le nombre de réponses sur le besoin d'accomplissement de soi, 16 réponses.

L'indépendance financière est une priorité pour la majorité des femmes entrepreneures à Bejaïa, 19 réponses obtenues, avec une bonne partie d'entre elles associant cette indépendance à la construction d'un patrimoine familial de 11 réponses obtenues. Cela signifie l'importance de soutenir les femmes dans leurs efforts pour atteindre l'autonomie financière et renforcer la stabilité économique de leurs familles.

7.2.7 **Figure N° 12 : Les obstacles à la création :**



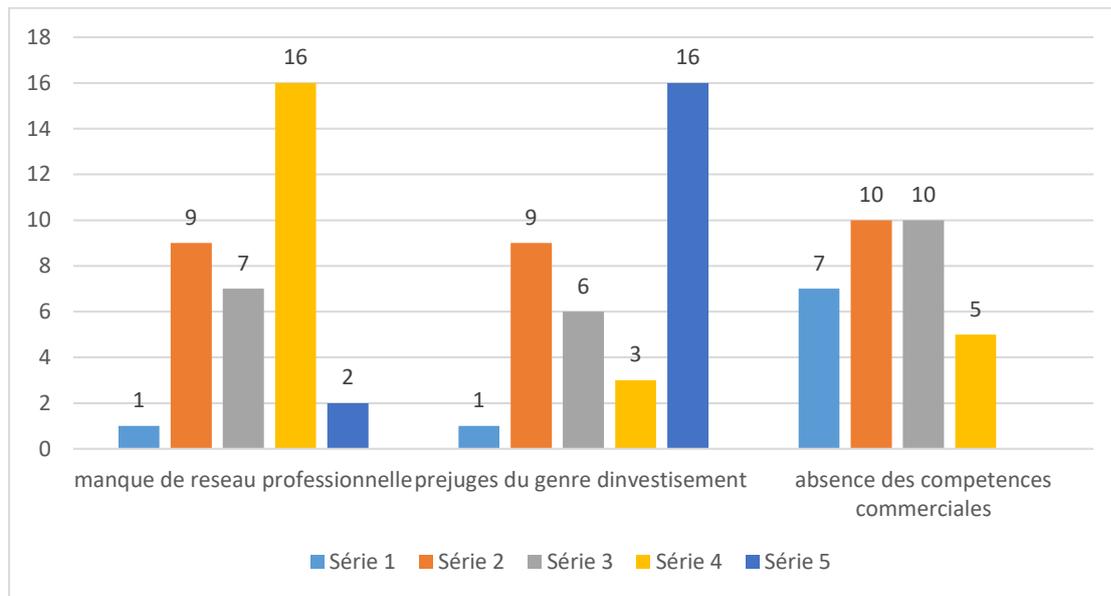
Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures sont variés et complexes. Parmi les défis les plus courants figurent le manque de confiance en soi 20 réponses obtenues, les difficultés de financement 17 réponses obtenues, le manque d'informations et de ressources spécifiques 15 réponses, les défis liés à la conciliation entre travail et vie personnelle, ainsi que le sexisme et la discrimination 7 réponses obtenues cela veut dire que l'entrepreneuriat les aide a jonglé entre leur vie personnelle et professionnelle.

Ces obstacles peuvent décourager certaines femmes de se lancer dans l'entrepreneuriat ou entraver leur succès une fois lancé.

Cependant, malgré ces défis, de nombreuses femmes entrepreneures réussissent à surmonter ces obstacles grâce à leur détermination, leur créativité et leur résilience. Elles bénéficient également du soutien croissant de réseaux professionnels axés sur l'autonomisation des femmes, de programmes de mentorat et d'initiatives visant à promouvoir l'égalité des sexes dans l'entrepreneuriat.

Figure N° 13 : les obstacles à la création :



Source : établi par nos soins à partir des données de l'enquête de terrain, 2024.

La principale barrière à l'accès des femmes entrepreneures au financement réside dans plusieurs facteurs, notamment le manque de réseaux professionnels 16 réponses, les préjugés liés au genre dans les décisions d'investissement 16 réponses et l'absence de compétences commerciales 10 réponses. Ces obstacles se combinent souvent pour limiter l'accès des femmes entrepreneures aux ressources financières nécessaires pour démarrer et développer leurs entreprises.

Le manque de réseaux professionnels signifie que les femmes entrepreneures ont moins de chances de bénéficier du mentorat, des conseils et des opportunités de réseautage qui sont souvent essentiels pour obtenir du financement. De plus, les préjugés liés au genre peuvent conduire les investisseurs à sous-estimer le potentiel des entreprises dirigées par des femmes, les privant ainsi de financement.

En outre, l'absence de compétences commerciales peut également constituer un obstacle, car les femmes entrepreneures peuvent ne pas avoir accès aux ressources nécessaires pour développer et présenter efficacement leur modèle commercial aux investisseurs.

En conclusion, pour surmonter ces obstacles et favoriser la réussite des femmes entrepreneures, il est crucial de mettre en place des mesures visant à renforcer les réseaux professionnels, à sensibiliser les investisseurs aux préjugés de genre et à fournir des ressources et des programmes de formation spécifiquement conçus pour répondre aux besoins des femmes

entrepreneures. Ce n'est qu'ainsi que nous pourrions créer un environnement entrepreneurial plus équitable et inclusif pour tous.

7.3 Discussion des résultats :

Dans le point précédent, nous avons examiné les différents résultats obtenus lors de notre enquête de terrain. Ces résultats étaient en grande partie en adéquation avec notre partie théorique ainsi qu'avec les données collectées auprès des différentes agences nationales d'aide à l'emploi. Ainsi, nous avons constaté que le plus grand pourcentage des entreprises créées par les femmes est de très petite entreprise individuelle principalement répartie entre les secteurs du commerce et des services, reflétant l'initiative personnelle de leurs propriétaires. Ces femmes créatrices d'entreprise dans la wilaya de Bejaia sont plus nombreuses dans la catégorie de 30 et 39ans, jouissent d'un célibat ou d'une union, non formées en entrepreneuriat, elles financent leur projet de départ grâce à leur fonds propres, et *love Money* qui désigne les fonds initiaux investis dans une entreprise par des proches de l'entrepreneur, tels que la famille et les amis.

Ces femmes sont motivées par le désir d'indépendance, volonté de travailler pour soi-même, voir la liberté de prendre ses propres décisions, elles estiment également que combiner des moyens financiers, une bonne idée et une culture entrepreneuriale est la meilleure combinaison pour réussir son projet et le mener à terme. L'État algérien, notre société, qui considère que la femme n'a pas sa place dans le monde du travail, n'a pas épargné la plupart d'entre elles. En effet, même si certaines ont eu le privilège d'être soutenues par leurs entourages.

Ainsi, nous avons constaté que le plus grand pourcentage des entreprises créées par les femmes est de très petite entreprise individuelle principalement répartie entre les secteurs du commerce et des services, reflétant l'initiative personnelle de leurs propriétaires.

Ces femmes créatrices d'entreprise dans la wilaya de Bejaia sont plus nombreuses dans la catégorie de 30 et 39ans, jouissent d'un célibat ou d'une union, non formées en entrepreneuriat, elles financent leur projet de départ grâce à leur fonds propres, et *love Money* qui désigne les fonds initiaux investis dans une entreprise par des proches de l'entrepreneur, tels que la famille et les amis.

Ces femmes sont motivées par le désir d'indépendance, volonté de travailler pour soi-même, avoir la liberté de prendre ses propres décisions, elles estiment également que combiner Moyens

financiers, une bonne idée et une culture entrepreneuriale est la meilleure combinaison pour réussir son projet et le mener à terme.

État algérien, notre société, qui considère que la femme n'a pas sa place dans le monde du Travail, n'a pas épargné la plupart d'entre elles. En effet, même si certaines ont eu le Privilège d'être soutenances par leurs entourages.

Conclusion du chapitre :

Le profil des entrepreneurs et des entreprises féminines de la wilaya de Bejaïa se résume ainsi : la plupart des entrepreneurs ont entre 30 et 39 ans, son célibataire, et la majorité possède un diplôme universitaire sans formation spécifique en entrepreneuriat. La majorité des entrepreneures ont créé leur propre entreprise, avec des bénéfices se situant entre 35 et 40 %. Le financement provient principalement de leurs fonds propres et du "Love money".

Les principales motivations pour la création d'entreprise sont l'augmentation des revenus et le désir de travailler pour soi-même. Les obstacles rencontrés incluent le manque de confiance en soi et les difficultés de financement. Malgré ces défis, la majorité des entrepreneures se déclarent satisfaites de leur situation actuelle et ont pour objectif d'élargir leurs entreprises.

Les entreprises féminines sont généralement de très petite taille, concentrées dans le commerce, et leur structure juridique dominante est l'entreprise individuelle.

Conclusion générale

Conclusion générale

Dans ce présent travail, nous avons débuté notre étude en examinant un aperçu théorique de l'entrepreneuriat et ses concepts fondamentaux. Nous avons exploré les différentes définitions de l'entrepreneuriat ainsi que son importance dans le secteur socioéconomique. Ensuite, nous avons mis l'accent sur l'entrepreneuriat féminin, en particulier en Algérie, avant de nous concentrer sur le cas spécifique de la wilaya de Bejaïa. Pour ce faire, nous avons mené une enquête afin de mieux comprendre la réalité entrepreneuriale des femmes dans cette région.

Dès le début de cette recherche, nous nous sommes interrogés sur un aspect de plus en plus important de notre société : l'entrepreneuriat féminin. À la fin de notre enquête, nous avons obtenu des résultats que nous jugeons satisfaisants. Grâce à la contribution de nombreuses femmes entrepreneures de divers secteurs, âges et localités de la wilaya de Bejaïa, nous avons obtenu des résultats encourageants, qui peuvent servir de base pour de futures études.

Les motivations des femmes pour se lancer dans l'entrepreneuriat sont variées. Elles sont souvent motivées par la soif de liberté, l'accomplissement personnel et l'augmentation de leurs revenus. La liberté de prendre leurs propres décisions et l'autonomie financière sont également des facteurs déterminants. Notre enquête a révélé que les femmes qui entreprennent se caractérisent par une forte volonté, une grande détermination et une quête d'indépendance. La majorité des femmes entrepreneures sont universitaires, célibataires, créatives et capables de gérer efficacement de multiples responsabilités, ce qui a contribué à la prise d'une place économique importante par l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, notre première hypothèse H1 est confirmée.

Cependant, ces femmes font face à des défis plus grands que leurs homologues masculins et doivent surmonter de nombreux obstacles quotidiennement. Que ce soit sur leur lieu de travail ou au sein de la société, la place de la femme a longtemps été perçue comme étant principalement à la maison, en dehors du milieu professionnel. En effet, le phénomène des femmes entrepreneures a pris de l'ampleur ces dernières années. Nombreuses sont celles qui ont décidé de devenir entrepreneures pour diverses raisons, telles que l'amour du métier, le besoin d'accomplissement personnel, la construction d'un patrimoine familial et la volonté de créer leur propre emploi. Par conséquent, l'hypothèse H2 est également confirmée.

Pour les aider à réaliser leurs projets, l'État algérien a mis en œuvre différents dispositifs tels que l'ANGEM (Agence nationale de gestion du microcrédit) et ANSEJ (Agence nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat) qui offrent des services d'aide au

financement. L'Entrepreneuriat féminin représente l'engagement des femmes dans la création et la gestion d'entreprises, contribuant de manière significative à l'économie et à la société. Malgré de nombreux obstacles, les femmes entrepreneures démontrent résilience, innovation et détermination dans la poursuite de leurs ambitions professionnelles.

Bibliographie

Ouvrage :

- Christian Lamouroux, L'entrepreneur, l'entreprise et l'ordre social p. 177-212
- Christophe Kadji Youaleu et Louis Jacques Filion,1996, Neuf étapes du processus entrepreneurial
- Dina LAVOIE,1988,p,3
- Fatima Tahir Metaiche, Abdeslam Bendiabdellah,,2016 ,Les femmes entrepreneures en Algérie : savoir, vouloir et pouvoir !,219 à 240p.
- Ibid,2004,collège condition féminine CLD Longueuil,page10
- Khaled Bou Abdallah et Abdallah zouache,2005,entrepreneuriat et développement économique, les cahiers du CREAD, page 17.
- Konrad-Adenauer Algérie,2019,Journée d'étude sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie .
- Louis Jacques Filion ,1997, Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances
- Mounia Diamane, Salah Koubaa,2016, Les approches dominantes de la recherche en entrepreneuriat,
- Rachid Taik , 2018, « Les Approches Théoriques de L'Entrepreneuriat »
- Sandrin Emin,2021, « Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ? »,p.131-141
- Schumpeter, Joseph A, 1942, *Capitalism, Socialism and Democracy*.
- Silamakan KANTE,2020, L'entrepreneuriat féminin au Mali : cas de la commune I du district de Bamako
- Véronique Bon et Corinne Van Der Yeught,2018,« L'entrepreneur responsable en développement durable : un cadre conceptuel intégrateur » p. 127–160
- Véronique Bon, Corinne Van Der Yeught ,2019, « Responsabilité sociétale de l'entrepreneur : les paradigmes de l'entrepreneuriat revisités »

Thèses et Mémoires

Entrepreneuriat et création d'entreprise en Algérie : une lecture à partir des dispositifs de soutien et d'aide à la création des entreprises .DR. AKNINE ET PR. FERFERRA Yacine

Langlais, Sophie. "Le mampreneuriat : Une nouvelle forme d'entrepreneuriat féminin." Thèse de doctorat, Université Paris-Dauphine, 2010.

Menvielle, William. "L'entrepreneuriat au féminin : une analyse des facteurs influençant la performance des femmes entrepreneures." Thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal, 2006.

NARIMENE DJOUAD, femmes entrepreneurs : caractéristique et accompagnement, cas de quelques communes de la wilaya de Bejaia, université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2017-2018

S%AOUN CELIA, analyse de l'entrepreneuriat féminin cas de la wilaya de Bejaia, université Abderrahmane Mira de Bejaia 2020-2021

Ressources en ligne

Association Mampreneures. "Qu'est-ce qu'une Mampreneur?" mampreneures.org.

Hisrich, Robert D., and Brush, Candida G. "The Women Entrepreneur : Management Skills and Business Problems." *Journal of Small Business Management* 22, no. 1 (1984) : 30-37.

Library of Economics and Liberty. "Jean-Baptiste Say (1767-1832)." econlib.org.

Library of Economics and Liberty. "Joseph Schumpeter (1883-1950)." econlib.org.

The Concise Encyclopédie of Economics. "Richard Cantillon." econlib.org.

Site web

<https://www.sumup.com/fr-fr/factures/termes-comptables/entrepreneuriat/>

<https://www.esam-ecoles.com/blogs/quelles-sont-les-differentes-formes-dentrepreneuriat>

<https://infonet.fr/lexique/definitions/aventure-entrepreneuriale-en-france/>

<https://bpifrance-creation.fr>

<https://www.cairn.info/revus-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2005-1-page-93.htm>

<https://www.entrepreneur.com/>

<file:///C:/Users/hp/Downloads/1067.pdf>

<https://mountassirbouhadba.com/origine-de-lentrepreneuriat>

<https://www.blogmetier.com/les-differents-types-d-entrepreneuriat/>

https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/processus/64066?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR2v8Dw4wU--vV3tyd9UyToqVW_3d-LWv2SpI1fFQmCVqAy2gx3e0PjnyS4_aem_ZmFrZWR1bW15MTZieXRlcw

https://elearn.univ-tlemcen.dz/pluginfile.php/246814/mod_resource/content/1/Cours%205.pdf

https://staff.univ-batna2.dz/sites/default/files/smadi-lakhdar/files/p.pro_.chapitre_2.pdf

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

<https://www.mfdgi.gov.dz/fr/professionnels/avantages-investissement/investissements-et-emplois/dispositifs-daide-a-lemploi>

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

https://www.ons.dz/img/pdf/donnee_stat_emploi_septembre_2014_bonne.pdf

Annexes

Université Abderrahmane Mira à Bejaïa

Faculté des sciences économiques commerciales et des sciences de gestion

Département des sciences de gestion

Le thème : Les femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaïa : entre contraintes liées au genre et motivations entrepreneuriales

Questionnaire

Dans le cadre de la rédaction de notre mémoire de fin d'études pour notre Master 2 en sciences de gestion à la faculté des sciences économiques, de gestion et commerciale de l'université Abderrahmane Mira de Béjaïa, avec une spécialisation en entrepreneuriat, nous traitons le sujet des femmes entrepreneures dans la wilaya de Béjaïa, en explorant les contraintes liées au genre ainsi que les motivations entrepreneuriales. L'objectif est d'examiner tous les aspects pertinents de ce sujet. Nous sollicitons votre aimable collaboration pour répondre à quelques questions spécifiques. Votre précieuse contribution est d'une importance capitale. En partageant vos expériences, vos points de vue et vos opinions à travers ce questionnaire, vous nous permettez de mieux comprendre les dynamiques entrepreneuriales des femmes dans cette région.

Nous tenons à vous remercier d'avance pour votre collaboration, votre disponibilité et la précision de vos réponses.

I. Le profil de l'entreprise féminine

1. Quel est le domaine d'activité de votre entreprise ?

- industrie
- profession libérale
- agriculture
- service
- Commerce
- Autre :

2. Depuis combien de temps l'entreprise est-elle opérationnelle ?
 - Moins de 1 an
 - Entre 1 et 5 ans
 - Entre 5 et 10 ans
 - Plus de 10 ans
3. Quel est le nombre d'employés dans votre entreprise ?
4. Quel est votre le capital d'investissement de départ ?
5. Quel est votre chiffre d'affaires ? veuillez cocher la case qui convient :
 - Moins de 500.000 DA
 - Entre 500.000 et 1.000.000 DA
 - De 1.000.000 à 2.500.000 DA
 - Entre 2.500.000 et 5.000.000 DA
 - Plus de 5.000.000 DA
6. Quel est le bénéfice de votre entreprise en pourcentage de votre chiffre d'affaires ?
7. Quelle est la nature juridique de votre entreprise ?
 - Sarl (société a responsabilité limité)
 - Spa (société par action)
 - SNC (société au nom collectif)
 - Eurl (entreprise unipersonnelle a resposabilité limité)
 - Entreprise individuel
 - Autre
8. Quelle est la taillle de vontre entreprise ?
 - Micro-entreprise (1 a 9 employés)
 - Petite entreprise (10 a 49 employés)

- Moyenne entreprise (50 a 249)
- Grande entreprise (250 et plus)

9. Est-ce que vous avez exercé une activité salariale avant de créer votre propre entreprise ?

- Oui
- Non

10. Votre entreprise est elle votre création ?

- Oui
- Non

11. Si oui est-ce que une entreprise :

- Familiale
- Reprise
- Essaimage
- Intrapreneuriat
- Autre :

12. Comment votre entreprise se différencie-t-elle de ses concurrents ?

- Innovation constante
- Service client exceptionnel
- Prix compétitifs
- Toutes les réponses ci-dessus

13. Quel est l'emplacement géographique de votre entreprise?

- A domicile
- Locale près de chez vous
- Locale loin de chez vous

14. Votre local est-il :

- Propriété privée
- Une location
- Achat ou investissement

15. Envisagez-vous d'élargir la taille de votre entreprise ou d'en créer de nouvelles?

- Élargir
- Créer une autre
- Autre :

II. Informations personnelles de la femme l'entrepreneure :

1. Quel âge avez-vous ?

- 18 à 29 ans
- 30 à 39 ans
- 40 à 49 ans
- 50a 59 ans
- 60 ans ou plus

2. A quel âge avez-vous créé votre entreprise ?

- 18 à 29 ans
- 30 à 39 ans
- 40 à 49 ans
- 50 à 59 ans

3. Quelle est votre situation matrimoniale ?

- Célibataire
- Mariée
- Divorcée

- Veuve

4. Avez-vous des enfants ?

- Oui
- Non

5. Quel est votre niveau d'instruction ?

- Primaire
- Secondaire
- Postsecondaire
- Universitaire
- Formation professionnelle
- Autre

6. Avez-vous suivi des formations en entrepreneuriat ?

- Oui
- Non

7. Y va-t-il dans votre entourage des entrepreneurs ?

- Oui
- Non

Si oui, de qui s'agit-il ?

8. Pensez-vous avoir réussi la création de votre entreprise ? Pourquoi ?

- Oui
- Non

9. Regrettez-vous le projet de créer votre entreprise ?

- Oui
- Non

10. Votre projet a été financé par ?

- Des fonds propres
- Crédit bancaire
- Financement mixte
- Dispositifs d'aide
 - ANSEJ
 - ANGEM
 - CNAC
 - Autre :
- Love Money (financement familial ou amical)

III. Les motivations entrepreneuriales

1. Pourquoi avez-vous décidé de créer votre entreprise ? (Veuillez évaluer sur une échelle de 1 à 5 , 1 étant très insatisfait et 5 très satisfait)

- Augmenter vos revenus 1 2 3 4 5
- Volonté de travailler pour soi-même 1 2 3 4 5
- Avoir la liberté de prendre ses propres décisions 1 2 3 4 5
- Statut social élevé 1 2 3 4 5
- Meilleure gestion du temps 1 2 3 4 5
- Autre

2. Que ce qui vous a poussé à entreprendre ? (Veuillez évaluer sur une échelle de 1 à 5 , 1 étant très insatisfait et 5 très satisfait)

- L'amour de votre métier 1 2 3 4 5
- L'indépendance financière 1 2 3 4 5
- Le besoin d'accomplissement de soi 1 2 3 4 5
- Construire un patrimoine familial 1 2 3 4 5

- Autre

3. Selon vous, que ce qui motive la femme à entreprendre ? (Veuillez évaluer sur une échelle de 1 à 5, 1 étant très insatisfait et 5 très satisfait)

- Autonomie et liberté professionnelle 1 2 3 4 5
- Recherche de statut social 1 2 3 4 5
- Manque d'opportunités d'emploi traditionnel 1 2 3 4 5
- Autre

IV. Les obstacles à la création

1. Quels obstacles avez-vous du surmonter lors de la création de votre entreprise ? (Veuillez évaluer sur une échelle de 1 à 5, 1 étant très insatisfait et 5 très satisfait)

- Le manque de confiance en soi 1 2 3 4 5
- Le financement 1 2 3 4 5
- Le manque d'information 1 2 3 4 5
- Conciliation travail-famille 1 2 3 4 5
- Sexisme ou discrimination 1 2 3 4 5
- Autre

2. Quelle est la principale barrière à l'accès des femmes entrepreneures au financement ? (Veuillez évaluer sur une échelle de 1 à 5, 1 étant très insatisfait et 5 très satisfait)

- Manque de réseau professionnel 1 2 3 4 5
- Préjugés de genre d'investisseur 1 2 3 4 5
- Absence de compétences commerciales 1 2 3 4 5

3. Selon vous, quel type d'activité professionnelle serait le plus adapté à concilier vie familiale et carrière pour une femme ?

- Être salariée

- Être entrepreneure
 - Les deux
4. D'où vous est venue l'idée d'entreprendre :
- Une idée personnelle
 - Une opportunité d'affaire
 - Une solution à un problème identifié sur le marché
 - Conseil d'un ami ou d'un proche
 - Autre :
5. Quel rôle jouent les modèles féminins de réussite dans l'entrepreneuriat féminin ?
- Inspiration et encouragement
 - Renforcement de la confiance en soi
 - Promotion de l'innovation et de la créativité
 - Autre :
6. Pensez-vous que de nos jours, il est plus facile pour une femme d'être entrepreneure par rapport aux années passées ?.
- Oui
 - Non

Merci d'avoir pris le temps de remplir ce questionnaire

Table des matières

Liste des abréviations.....I

Liste des tableaux II

Liste des figuresIII

Sommaire

Introduction générale..... 1

Chapitre 1 : Revue de littérature et concepts clés

1 Introduction au chapitre : 1

1. L’entrepreneuriat 4

1.1 Définition : 4

1.1.1 Paradigme de l'opportunité : 5

1.1.2 Paradigme de la création d'entreprise 5

1.1.3 Paradigme de l'innovation..... 5

1.1.4 Paradigme de la création de valeur 5

1.1.5 Paradigme de la création d'organisation 5

1.2 Les différents types de l’entrepreneuriat : 6

1.2.1 L'entrepreneuriat social :..... 6

1.2.2 L'entrepreneuriat culturel :..... 6

1.2.3 L'entrepreneuriat technologique : 6

1.2.4 L'entrepreneuriat environnemental : 6

1.2.5 L'entrepreneuriat communautaire : 7

1.2.6 L'entrepreneuriat high-tech : 7

1.2.7 L'entrepreneuriat en milieu rural :..... 7

1.2.8 L'entrepreneuriat économique :..... 7

1.3 Les différentes approches entrepreneuriales : 7

1.3.1 L'approche fonctionnelle :..... 7

1.3.2 L'approche individuelle :..... 8

1.3.3 L'approche contextuelle : 8

1.3.4 L'approche processuelle :..... 8

1.3.5 L'approche institutionnaliste : 8

2 L’entrepreneur :..... 8

2.1 Définition de l’entrepreneur : 8

2.1.1 L'innovation est essentielle : 9

2.1.2 Organisateur de la production 9

2.1.3 Récompense de l’entrepreneur..... 10

2.1.4 L'entrepreneur et la destruction créatrice 10

2.1.5 L'innovation comme moteur de l’entrepreneur..... 10

2.1.6	L'entrepreneur, distinct du gestionnaire	10
3	Évolution historique de l'entrepreneuriat :	11
3.1	18 ^e et 19 ^e siècles :	11
3.2	19 ^e siècle :	11
3.3	20 ^e siècle entrepreneur comme preneur de risque :	11
3.4	20 ^e siècle l'entrepreneur comme innovateur	11
3.5	20 ^e siècle l'entrepreneur technocrate	12
3.6	L'entrepreneur d'aujourd'hui	12
4	Caractéristiques et typologie des entrepreneurs :	12
4.1	Les caractéristiques de l'entrepreneur :	12
4.1.1	Les traits de caractéristiques	13
4.2	Les types d'entrepreneurs :	14
4.3	Le processus entrepreneurial :	14
5	Entrepreneuriat féminin :	17
5.1	La définition de la femme selon plusieurs auteurs :	18
5.2	L'entrepreneuriat au féminin : Approche du genre	18
5.3	Historique (R, 2006) (FAO).	19
5.4	Les modèles fondateurs de l'approche genre	19
5.4.1	Le modèle de laccase (1990).....	19
5.4.2	Le modèle de Lerner, Brush et Hisrich.....	20
5.4.3	Le modèle de Hisrich et Brush.....	20
5.4.4	Le mampreneuriat :	20
	Section 2 : l'entrepreneuriat féminin dans le contexte algérien.....	21
	L'accompagnement et les dispositifs d'aide à la création d'entreprise :	21
5.5	Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise	22
5.5.1	Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat NESDA	22
5.5.2	Caisse National d'Assurance Chômage (CNAC).....	23
5.5.3	Agence Nationale de Gestion des Microcrédits (ANGEM)	23
5.6	Les femmes entrepreneures en Algérie en chiffres	24
5.6.1	Taux d'activité chez les femmes depuis de 1970 jusqu'à 2018 :	24
5.6.2	Taux de femmes entrepreneures selon le genre et les wilayas :	25
5.6.3	Taux de femmes entrepreneur soutenu par les dispositifs d'aide selon le genre et le secteur d'activité	28
5.6.4	Les motivations de l'entrepreneuriat féminin	34
	Conclusion du chapitre :	35

Chapitre 2 : Etude de terrain auprès d'un échantillon de femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia

	<i>Introduction au chapitre</i>	36
7	Section 1 : Méthodologie de l'enquête de terrain	36
	7.1.1 Déroulement de l'enquête :	38
	7.1.2 Tradition et culture :	44
	7.1.3 Accessibilité financière :	44
	7.1.4 Flexibilité des horaires :	44
	7.1.5 Réseaux et mentorat :	44
	7.1.6 Commerce :	45
	7.1.7 Industrie :	45
	7.1.8 Service :	45
	7.1.9 Micro-entreprises :	47
	7.1.10 Petites entreprises.....	47
	7.2 Le profil de la femme entrepreneure :	50
	7.2.1 Figure N°4 : Quel âge avez-vous ?	50
	7.2.2 Figure N°5 : A quel âge avez-vous créé votre entreprise	51
	7.2.3 Tableau 17 : Situation matrimoniale des femmes entrepreneures selon leurs âges	51
	7.2.4 Figure N° 6 : Quel est votre niveau d'instruction :	52
	7.2.5 Figure N° 8 :Les différents modes de financement :	53
	7.2.6 Figure N° 10 : Les motivations entrepreneuriales :	56
	7.2.7 Figure N° 12 : Les obstacles à la création :	58
	7.3 Discussion des résultats :	60
	Conclusion générale	62

Bibliographie

Annexes

Table des matières

Résumé

Résumé

L'entrepreneuriat féminin connaît une expansion remarquable de nos jours. Cela se manifeste particulièrement en Algérie, y compris dans la wilaya de Bejaïa.

Depuis les années 1980, les femmes ont su s'imposer dans le monde du travail grâce à leur caractère et à leurs idéaux, malgré de nombreux obstacles.

Néanmoins, l'entrepreneuriat féminin demeure un sujet de recherche insuffisamment exploré, tant au niveau national qu'international.

Notre objectif dans cette étude a été réalisé sur un échantillon de femmes entrepreneures dans la wilaya de Bejaïa, en établissant leurs profils ainsi que celui de leurs entreprises.

Pour cela, nous avons réalisé une enquête de terrain auprès de 35 entrepreneures de cette région

L'analyse des résultats montre que la majorité de ces femmes sont universitaires, mais n'ont pas reçu de formation spécifique en entrepreneuriat. Elles sont principalement motivées par l'amour de leur métier, la recherche d'un statut social et l'augmentation de leurs revenus. Notre recherche a également mis en évidence les obstacles auxquels ces femmes doivent faire face pour concrétiser leurs projets, tels que le manque de financement et d'information. Malgré ces défis, elles demeurent déterminées à surmonter toutes les difficultés dans leur vie professionnelle.

Les femmes entrepreneures de Bejaïa montrent une capacité de résilience et une volonté de réussir qui défient les stéréotypes traditionnels. Leur succès et leurs efforts démontrent que l'entrepreneuriat ne devrait plus être perçu comme une activité exclusivement masculine dans l'imaginaire collectif.

Ces femmes jouent un rôle crucial dans le développement économique de leur région et servent de modèles inspirants pour les futures générations d'entrepreneures en Algérie et au-delà. Il est donc essentiel de soutenir et de promouvoir l'entrepreneuriat féminin afin de tirer pleinement partie de ce potentiel économique et social.

Mots clés : entrepreneuriat, entrepreneure, femme entrepreneures, motivations, obstacles, entrepreneuriat féminin, Bejaia, Algérie.

ABSTRACT

Women's entrepreneurship is experiencing remarkable expansion these days. This is particularly evident in Algeria, including in the wilaya of Bejaïa.

Since the 1980s, women have been able to establish themselves in the world of work thanks to their character and their ideals, despite numerous obstacles.

However, female entrepreneurship remains an insufficiently explored research subject, both nationally and internationally.

Our objective in this study was carried out on a sample of women entrepreneurs in the wilaya of Bejaïa, by establishing their profiles as well as that of their companies.

To do this, we carried out a field survey with 35 entrepreneurs in this region.

Analysis of the results shows that the majority of these women are university graduates, but have not received specific training in entrepreneurship. They are mainly motivated by the love of their profession, the search for social status and increasing their income. Our research also highlighted the obstacles these women face in making their projects a reality, such as lack of funding and information. Despite these challenges, they remain determined to overcome all difficulties in their professional life.

Bejaïa's women entrepreneurs show a capacity for resilience and a desire to succeed that defy traditional stereotypes. Their success and their efforts demonstrate that entrepreneurship should no longer be seen as an exclusively male activity in the collective imagination.

These women play a crucial role in the economic development of their region and serve as inspiring models for future generations of entrepreneurs in Algeria and beyond. It is therefore essential to support and promote female entrepreneurship in order to take full advantage of this economic and social potential.

Key words: entrepreneurship, female entrepreneur, female entrepreneurs, motivations, obstacles, female entrepreneurship, Bejaia, Algeria.