

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI DE TIZI-OUZOU Faculté des
sciences commerciales, économiques et de gestion Département des sciences
économiques



MÉMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques

Option : Économie Monétaire Et Bancaire

THÈME

Financement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Cas : ANADE (EX ANSEJ)

Wilaya de Tizi Ouzou

Réalisé par :

M^{lle} BRIK Fatima

M^{lle} ANTITENE Naima

Encadré par :

M^{me}. SBIHI-YADDADEN Djamila

Jury composé de :

Président : M^{me}. BOULIFA Yamina, Maitre-Assistant Classe A, UMMTO

Rapporteur : M^{me}. SBIHI-YADDADEN Djamila, Maitre de Conférences B, UMMTO

Examineur : M^{me}. TAUCHE Samia, Maitre-Assistant Classe A, UMMTO

Promotion 2021

Résumé :

Aujourd'hui, l'entrepreneuriat féminin s'avère être vital pour le dynamisme de l'économie algérienne. Ce type particulier d'entreprise permet de générer de la valeur ajoutée, susciter la créativité, inciter à l'innovation, et surtout créer de l'emploi. En outre, même si pour certains chercheurs la nature et la structure de l'entrepreneuriat féminin change d'un pays à un autre, et d'une femme à une autre, il n'en demeure pas moins qu'il existe une forte corrélation entre l'entrepreneuriat féminin et le développement économique du pays; cet entrepreneuriat devrait améliorer la croissance économique. Pour cela, les pouvoirs publics algériens ont intensifié des actions et ont pris des mesures en faveur du développement de l'entrepreneuriat féminin. Ainsi, L'objectif de notre travail est de mettre l'accent sur l'entrepreneuriat féminin, les différents obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures en matière de financement. Il s'agit notamment de montrer la place de l'ANADE dans le financement et le développement de l'entrepreneuriat féminin au sein de la wilaya de Tizi-Ouzou et son apport à la région.

Mot clés: Entrepreneuriat, Femme, ANADE, PME, Algérie.

Abstract

Today, female entrepreneurship proves to be vital for the dynamism of the Algerian economy. This particular type of business can generate added value, enhance creativity, encourage innovation and, above all, create jobs. In addition, though for some researchers the nature and structure of female entrepreneurship varies from one country to another and from one woman to another, there is still a strong correlation between women's entrepreneurship and the country's economic development; this entrepreneurship should enhance the economic growth. For this reason, the Algerian public authorities have stepped up actions and have taken measures to promote the development of female entrepreneurship. Thus, the objective of the present article is to evaluate the programs that have helped, encouraged and supported the creation of women's entrepreneurship in Algeria and to study the main obstacles that still slow down its development.

Keywords: Entrepreneurship; Woman; Support systems; Small and medium-sized enterprises (SMEs); Algeria.



Remerciement

Nous tenons à remercier Dieu, tout puissant pour nous avoir donné santé physique et morale afin de réaliser ce modeste travail.

A notre encadrant Mme SBIHI-YADDADEN Djamilia pour ses orientations, son aide et tous ses conseils judicieux formulés au cours de notre travail.

Nous exprimons également nos vifs remerciements à l'ensemble du personnel des dispositifs ANADE et CNAC de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Nous manifestons notre parfaite gratitude à tous ceux qui ont participés de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.



Dédicace

*Je dédie mon travail à mon père, ma mère et mon frère
qui ont fait des sacrifices et des crus en moi tout au long
de mon parcours scolaire, à mes grands-parents qui
n'ont cessé de prier pour moi, à mes tantes et mes amis
qui m'ont soutenu.*

Je vous remercie tous

Sans oublier ma chère binôme Fatima.

ANTITENE NAIMA



Dédicace

A mes chers parents.

A mon frère, mes sœurs.

A tous ceux et toutes celles qui me sont très chers.

*A mon encadrant Mme SBIHI qui nous a accompagnée
tout au long de notre travail de recherche*

A ma chère binôme NAIMA

Brik Fatima

SOMMAIRE

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat	
Section 1 : Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat féminin	4
Section 2 : L'entrepreneuriat féminin et la notion de la micro finance.....	13
Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin	
Section 1 : Dispositifs d'appui et d'accompagnement à la création d'entreprise et les microcrédits en Algérie	30
Section 2 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	49
Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de l'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou	
Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil A.N.A.D.E.....	68
Section 2 : L'entrepreneuriat féminin dans le dispositif ANADE et la wilaya de Tizi-Ouzou :.....	85
Conclusion générale.....	104
Bibliographiques	
Liste des Tableaux	
Liste des Figures	
Liste des schémas	
Annexe	

Liste des abréviations

ANADE	Agence Nationale d'Appui de Développement de l'Entrepreneuriat
ANDI	Agence Nationale de Développement de l'Investissement
ANGEM	Agence Nationale de Gestion des Microcrédits
ANSEJ	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
ANDPME	Agence Nationale du Développement de petite moyenne entreprise
AMG	Association des Algériennes Managers
BMG	Business Model Generation
BTP	Bâtiment et Travaux publics
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
CATI	Centres d'Appui au Travail Indépendant
CDI	Contrat pour une Durée Indéterminé
CASNOS	Caisse Nationale de Sécurité sociale et Non-Salariés
CNAS	Caisse Nationale des Assurances Sociales
FGMMC	Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédit
IFE	Indemnités pour Frais d'Etudes
IBS	Impôt sur les bénéfices des sociétés
IRG	Impôt sur le Revenu Global
MFI	Institution de Micro Finance
NEET	Not in Education Employment or Training
OIE	Organisation Internationale des Employeurs
ONG	Organisation non gouvernementale
ONS	Office National des statistiques
PME	Petite Moyenne Entreprise
SEVE	Savoir Et Vouloir Entreprendre
TAP	Taxe sur l'activité professionnelle
TIC	Technologies de l'information et de la communication
VAP	Validation des Acquis Professionnels

Introduction Générale

L'entrepreneuriat est considéré comme un instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, il permet d'accroître le niveau de vie, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi, il est considéré aussi comme un déterminant majeur des performances économiques. Tant de chercheurs, les preneurs de décisions s'accordent pour dire qu'une économie entrepreneuriale est une économie dynamique et innovatrice, c'est-à-dire qui expérimente de nouvelles idées, de nouveaux produits ou processus, ce qui lui permet de se renouveler.

L'entrepreneur est celui qui se distingue par sa volonté de création d'entreprise. Cette volonté n'est ni mesurable ni quantifiable, elle est issue du profil psychologique de chaque individu, qui est un moteur, qui motive l'individu à résister aux changements de l'environnement.

A l'époque, la femme est mise de côté dans la prise de décision et la création d'entreprise, où l'entrepreneuriat a été réservé généralement aux hommes¹, cela grâce à des contraintes culturelles, sociales, religieuses, juridiques, politiques et économiques, empêchaient les femmes à investir. Toutefois, au cours des trois dernières décennies et dans de nombreux pays les entrepreneures femmes représentent une part croissante dans les contingents des chefs d'entreprises. Donc l'entrepreneuriat féminin est vital pour le dynamisme de l'économie.

Selon **U. Claudia (2004)**², l'entrepreneuriat féminin est défini comme étant un moyen déclencheur du développement des activités économiques. Il offre des opportunités d'emplois. Il permet en outre d'améliorer le statut social, la formation, l'état de santé des femmes et de leurs familles. Plusieurs motivations peuvent inciter les femmes à intégrer le monde de l'entrepreneuriat.

La micro finance émerge progressivement comme un mécanisme d'appui à l'entrepreneuriat, il constitue l'une des pierres d'assises de la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale.

En Algérie, l'entrepreneuriat féminin est une grande révolution, contre certaines résistances, diverses contraintes empêchent les femmes de trouver leurs places dans la société. A cet effet, les pouvoirs publics ont mis en place des stratégies de soutien et de promotion aux personnes

¹ ONS, 2017, évolution de l'emploi féminin en Algérie.

² Claudia.U, « LES STRATEGIES ET OUTILS DU CYCLE DE PROJET PROMOTION DE L'ENTREPRENARIAT FEMININ », UN MANUEL POUR LES PRATICIENS, 2004.P 19

Introduction Générale

désireuses de créer leurs entreprises ou d'améliorer leur revenu par l'auto emploi ou le travail à domicile. Parmi ces dispositifs nous pouvons citer : ANADE, la CNAC, L'ANGEM, L'ANDI.

Au niveau de la wilaya Tizi-Ouzou le dispositif l'ANADE joue un rôle important dans le développement régional, en particulier chez la population féminine.

Objectifs et problématique

L'objectif de notre travail est de mettre l'accent sur l'entrepreneuriat féminin, les différents obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures en matière de financement. Il s'agit notamment de montrer la place de l'ANADE dans le financement et le développement de l'entrepreneuriat féminin au sein de la wilaya de Tizi-Ouzou et son apport à la région.

Notre mémoire s'articule par conséquent autour de la problématique suivante :

Quels sont les obstacles qui influencent le financement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? Et quelles suggestions pour soutenir l'entrepreneuriat féminin ?

Pour pouvoir y répondre nous allons-nous pencher vers d'autres questions :

Quel est le rôle des femmes entrepreneures dans le développement mondial et local ?

En quoi consiste le dispositif ANADE et comment participe-t-il au financement et au développement de l'entrepreneuriat féminin ?

Les hypothèses

Pour tenter de répondre aux questions ci-dessus posées, nous avons formulé deux hypothèses :

1-Les facteurs socioculturels influents sur la dynamique entrepreneuriale féminine précisement les femmes soutenues par le dispositif ANADE

2-L'entrepreneuriat féminin existe de plus en plus dans les activités artisanales peut être un facteur pouvant impulser une dynamique de développement local au niveau de wilaya de Tizi-Ouzou.

Méthodologie de la recherche

Dans les deux premiers chapitres, nous avons utilisé la démarche conceptuelle basée sur l'exploitation des différents documents, il s'agit notamment des ouvrages, revues, rapports, thèses, mémoires ...etc., qui analysent les concepts relatifs à notre thématique.

Dans le troisième chapitre nous avons adopté une démarche empirique à travers un stage pratique au sein de l'ANADE et une enquête (questionnaires) menée auprès d'un échantillon de 40 femmes entrepreneures.

Intérêt du sujet

Nous avons choisi ce thème pour différentes raisons :

- C'est un sujet qui s'inscrit dans le cadre de notre formation « Economie Monétaire et Bancaire ».
- C'est un sujet intéressant et d'actualité.
- Faire connaître ce domaine de recherche en renforçant nos connaissances sur la femme entrepreneure ainsi le rôle de l'entrepreneuriat féminin dans le développement régional et mondial

Plan de rédaction

Afin de répondre à l'objectif fixé et donner quelques éléments de réponses aux questions posées, nous avons réparti le travail en 3 chapitres :

Le premier abordera des généralités sur l'entrepreneuriat, son importance et sa contribution à la richesse des nations.

Le deuxième chapitre avancera la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et les différents dispositifs de financement, encourageant l'investissement.

Et enfin, le troisième chapitre analysera une étude appliquée sur l'entrepreneuriat féminin au sein de la wilaya de Tizi-Ouzou. Tout en montrant le rôle du dispositif ANADE dans le financement et l'accompagnement de la femme entrepreneure et l'essor de cette catégorie d'entreprises qui est à la fois fragile et moteur de croissance et développement.

Introduction :

L'entrepreneuriat est un moteur majeur du développement économique et social, luttant contre la pauvreté et le chômage ; c'est pourquoi il est essentiel de sensibiliser les jeunes à lancer une activité nouvelle créatrice de valeur. En effet, les pouvoirs nationaux et régionaux adoptent des politiques et des stratégies destinées à stimuler l'initiative privée et l'entrepreneuriat.

L'objet de ce chapitre est d'éclaircir les aspects théoriques concernant l'entrepreneuriat.

Ce chapitre est divisé en deux sections, la première section sera consacrée aux aspects théoriques de l'entrepreneuriat.

La deuxième section traitera les différentes motivations et obstacles des femmes entrepreneures.

Section 01 : Aperçue théorique sur l'entrepreneuriat féminin

Actuellement, l'entrepreneuriat féminin attire plusieurs chercheurs qui essayent de comprendre cette émergence dans le monde entier. La place de la femme dans le monde est en pleine évolution, sa participation dans le développement économique et social évolue de jour en jour. Cette participation à la vie économique se traduit par un nouveau phénomène celui de l'émergence du métier de femme entrepreneure.

1. Généralités sur l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est la capacité de concrétiser une idée, de se mettre en projet, ce qui peut mener, entre autres, à la création d'une entreprise, mais cela peut mener également à l'intrapreneuriat (capacité collective et organisationnelle pour encourager et accompagner la prise d'initiatives, à tous niveaux dans une entreprise) ainsi qu'à une plus grande employabilité. La finalité éducative de l'Éducation à l'Entrepreneuriat est de rendre le jeune plus entreprenant.

1.1. Définition de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat c'est d'organiser et réaliser une activité génératrice de revenus et de prendre un risque financier pour le faire.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

Danjou «L'entrepreneuriat est « incarné ». Il est appréhendé comme le comportement d'un individu ayant des besoins, des motivations, des traits de personnalité, des aptitudes et des compétences particuliers»³.

D'après **A. Fayolle et A-J. Fillion** « L'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable c'est personnes pensent des entreprises qu'elle pourrait créer prennent connaissances de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lance dans la création et le démarrage d'une entreprise »⁴.

De ces définitions trois (3) termes ressortent : Entreprendre, Entreprise et Entrepreneur.

- **Entreprendre** : Se décider à faire une chose et s'engager dans son exécution. (Ex : un étudiant entreprend des études, un voyage, ...etc)
- **Entreprise** : Unité économique et juridique de production ou de commercialisation (Bien et Services)
- **Entrepreneur** : L'entrepreneur est une personne physique qui prend le risque de réunir des capitaux et des hommes, et qui a pour but de réaliser un certain nombre d'objectifs économiques.

L'entrepreneuriat est le phénomène d'émergence et d'exploitation de nouvelles opportunités créatives de valeur économique et sociale, impulsé et rendu possible par l'initiative et la dynamique d'innovation, changement d'un homme, l'entrepreneur, en interaction permanente avec son environnement . L'axe central du phénomène est le processus créatif qui mouvemente et structure la dynamique homme/projet pour l'entraîner vers une configuration entrepreneuriale susceptible d'exploiter avec succès l'opportunité visée.

Une triple transformation accompagne :

- Transformation d'un porteur de projet en entrepreneur selon une dynamique et une logique personnelles et identitaires ;
- Transformation d'une idée en opportunités commerciales en business model dans une dynamique et une logique économique ;

³ **Danjou isabelle**, « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », Revue française de gestion, n° 138, 2002, P 24.

⁴ Cité dans **A. Berreziga , A. Meziane** , « La culture de l'entrepreneuriat chez les entrepreneurs algériens », colloque national sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie.2012, P2.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

- Transformation d'un groupe de personnes disparates en organisation entrepreneuriale effective, selon une dynamique et une logique de l'action collective.

Danjou⁵ définit l'entrepreneuriat comme étant un champ de recherche qui repose sur trois (3) niveaux d'étude : Le contexte entrepreneurial, l'entrepreneur et l'action.

➤ **Le contexte entrepreneurial**

Un autre corpus de travaux s'attache quant à lui au contexte dans lequel s'inscrit l'action entrepreneuriale. Deux questions sont distinctement abordées : celle de l'impact des activités entrepreneuriales sur le contexte économique, et celle de l'impact des contextes économique, culturel et social, notamment, sur l'action entrepreneuriale.

➤ **L'entrepreneur ou l'acteur**

L'entrepreneur est l'acteur du processus entrepreneurial, différents auteurs ont étudié les caractéristiques de ce dernier en premier lieu car c'est lui l'initiateur de l'évènement. Plus récemment, c'est l'acte entrepreneurial qui retient l'attention des chercheurs, en ce sens qu'il permet de surpasser les difficultés inhérentes à l'approche purement statique de la question de l'entrepreneur.

➤ **L'action ou « l'activité entrepreneurial »**

Certains chercheurs préfèrent aborder la question de ce que fait, ou ce que doit faire, l'entrepreneur. Il est alors perçu comme un individu qui peut « détecter des opportunités, élaborer une stratégie, créer une activité nouvelle en combinant des moyens de production et des ressources de façon novatrice ».⁶

⁵ Danjou isabelle, op-cit : P 123.

⁶ Danjou isabelle, op-cit : P 114.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

Tableau n°01 : L'entrepreneuriat vu sous l'angle : Contexte, Acteur, Action

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

Source : DANJOU isabelle, Op-cit , P116

2. Conception et principe de l'entrepreneuriat

A travers une analyse synthétique des recherches en entrepreneuriat ; L'entrepreneuriat est un phénomène complexe, diversifié et subdivisé en trois approches : une approche fonctionnelle, une approche basée sur les individus et une troisième basée sur le processus. Ces différentes approches ont connu un développement suivant les différentes connotations que le concept d'entrepreneuriat a pu revêtir avec le temps.

2.1. L'approche fonctionnelle

L'approche fonctionnelle s'intéresse aux fonctions de l'entrepreneur. Les économistes s'attachent à décrire les fonctions remplies par l'entrepreneur. L'hypothèse de base consiste à établir que l'entrepreneur ; joue ou ne joue pas un rôle important dans la croissance économique. Cette approche s'inspire profondément du positivisme de **Fayolle**.

Dans le cadre de cette approche fonctionnelle, l'entrepreneuriat est abordé sous l'angle de la contribution de l'entrepreneur au développement économique. Cette idée est considérée et présentée comme la composante majeure de l'entrepreneuriat.

Bygrave, Hofer (1991) et **Gartner(1985)** ont fait leur analyse sur l'entrepreneuriat sous l'angle de la création d'une organisation génératrice de richesse cette approche économique se donne pour objet de saisir l'impact de la création d'entreprise et le rôle des entrepreneurs dans le développement socio-économique.⁷

2.2. L'approche basée sur les individus

L'approche basée sur les individus est mobilisée depuis le début des années cinquante. Elle s'intéresse aux caractéristiques personnelles, aux traits des individus entrepreneurs et aux entrepreneurs potentiels. L'hypothèse de base consiste à établir que les entrepreneurs sont différents des non-entrepreneurs. Cette approche s'inspire à la fois du positivisme et de la sociologie compréhensive. Les éléments déterminants sont les caractéristiques psychologiques de l'entrepreneur, ses traits de personnalité, ses motivations, ses comportements et ses trajectoires sociales.

⁷ Cité dans **A. Fayolle**, « Introduction à l'entrepreneuriat », éd Dunod, Paris, France 2005, P1.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

L'approche par le trait a dominé jusqu'au milieu des années 1980, les spécialistes des sciences du comportement qui ont cherché à répondre à ses question « What and Who ? » (Qui sont les entrepreneurs ? pourquoi entreprennent-ils ?) .

2.3. L'approche basée sur les processus

L'approche basée sur les processus est développée depuis le début des années quatre-vingt-dix. Il s'agit de s'intéresser à la création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation. Celle-ci s'inspire à la fois du positivisme et de constructivisme.

Cette approche répond à la question « How », comment ? Par qui et avec quel effet les opportunités de créer des biens et des services futurs sont découvertes, évaluées et exploitées.

L'intérêt accordé aux processus entrepreneuriaux est de plus en plus marqué dans le domaine de l'entrepreneuriat. L'analyse des processus entrepreneuriaux permet, en effet, de cerner le phénomène entrepreneurial à partir de l'entrepreneur, dans son rapport avec l'ensemble du système social. Ce rapport essentiellement dynamique, déterminé et déterminant, structuré et structurant, constamment construit et déconstruit dans une dialectique entrepreneur/société.

Le tableau suivant résume les recherches sur l'entrepreneuriat selon les trois approches fondamentales : l'approche fonctionnelle, l'approche sur l'individu (approche comportemental) et l'approche par le processus.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

Tableau n°02 : Synthèse des trois angles de recherche sur l'entrepreneur

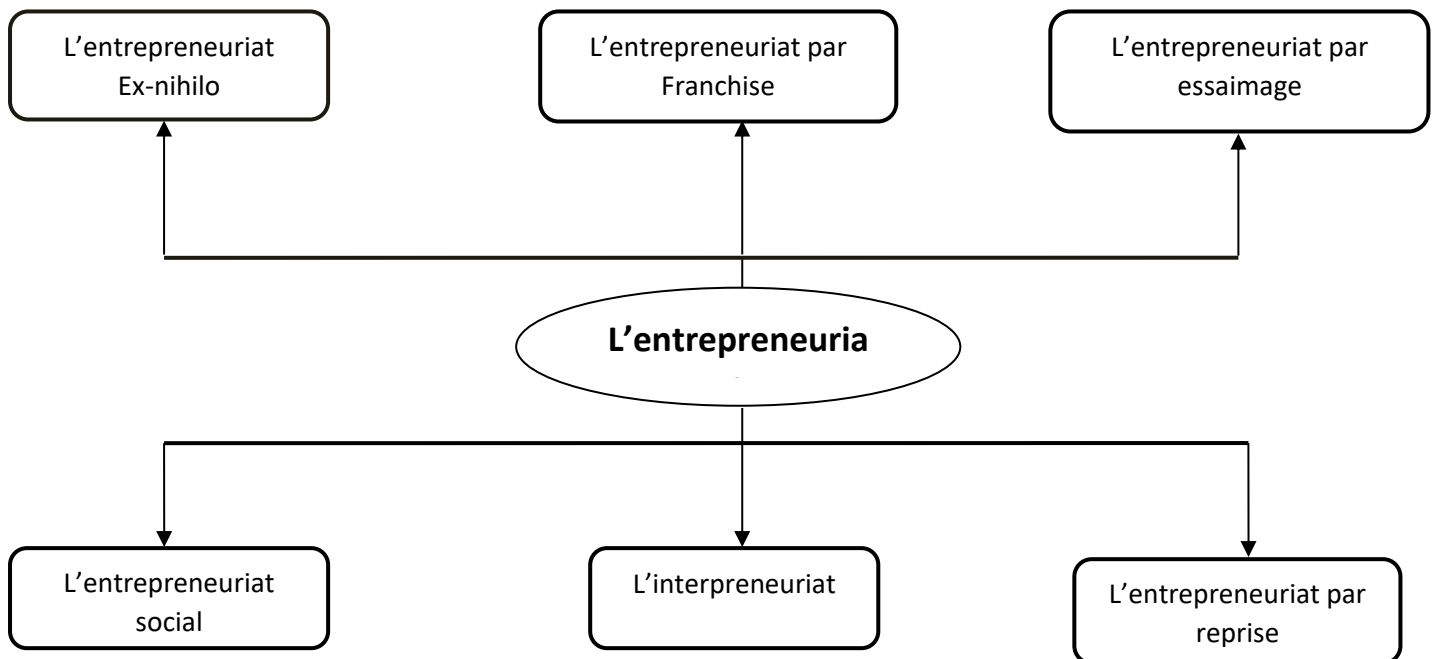
Question principale	What (approche fonctionnelle)	Who /why (approche sur les individus)	How (approche sur le processus)
Echelle du temps	200 Dernières années	Depuis les années 50	Depuis le début des années 90
Domaine scientifique Principale	Economie	Psychologie Sociologie Psychologie cognitive Anthropologie	Science de gestion Science de l'action Théorie de l'organisation
Objet d'étude	Fonction de l'entrepreneur	Caractéristique personnelles Trait des individus entrepreneurs et entrepreneurs potentiels	Processus de création d'une nouvelle activité ou d'une nouvelle organisation
Paradigme dominant	Positivisme	Positivisme Sociologie compréhensive	Constructivisme Positivisme
Méthodologie	Quantitative	Quantitative	Quantitative
Hypothèse de base	L'entrepreneur joue (ou ne joue pas) un rôle dans la croissance économique	Les entrepreneurs sont différents des non entrepreneurs	Les entrepreneuriaux sont différent les uns et les autres
Lien avec la demande Sociale	Etat Collectivités Territoriales Responsable Economique	Entrepreneurs potentiels système éducatif Formateur	Entreprise, Entrepreneurs Potentiels Educaturs et Formateurs Structures d'accompagnement et d'appui des entrepreneurs

Source : A. Favolle ,2002.P162.

3. Les différents types d'entrepreneuriat

Les types d'entrepreneuriat sont multiples. Parmi les plus récurrents: l'entrepreneuriat social, par essaimage, par reprise, ex-nihilo, la franchise et l'intrapreneuriat.

Schéma n°01 : Types d'entrepreneuriat



Source : élaboré par nos soins

3.1. L'entrepreneuriat Ex-nihilo

La création d'une entreprise ex-nihilo consiste à créer une entreprise à partir de rien c'est-à-dire ni rachat de fonds de commerce, ni reprise d'entreprise ou d'activité, ni création de filiale ou de franchise.

3.2. L'entrepreneuriat par franchise

Est un système de commercialisation de produit, de service ou de technologie reposant sur une collaboration entre deux entreprises juridiquement et financièrement indépendantes. L'une est appelée « le franchiseur » et l'autre « le franchisé ».

Le droit de commercialiser des produits ou services conformément aux directives prévues dans le contrat.

Le franchiseur reste propriétaire de la marque et du savoir-faire.

3.3. L'entrepreneuriat par essaimage

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise, les grandes entreprises proposent des mesures destinées à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprises.

3.4. L'entrapreneuriat social

Le concept de l'entrapreneuriat social se caractérise principalement par la volonté de soumettre la performance économique au critère de l'intérêt général. Le profit n'est pas le but ultime de l'entreprise mais un moyen de réaliser des objectifs qui sont plus large dans les priorités sociales, sociétales ou environnemental.

3.5. L'interpreneuriat

L'interpreneuriat est une démarche d'entrepreneuriat au sein même d'une entreprise existante. L'entreprise (souvent de taille moyenne ou grande) héberge et couve les projets innovants qui naissent en son sein. L'intrapreneuriat permet de valoriser le rôle et la prise d'initiative des salariés, qui deviennent alors des « intrapreneurs ».

➤ Caractéristiques de l'intrapreneuriat

Emergence spontanée des initiatives intrapreneuriales au sein des organisations.

Elles naissent à la croisée d'opportunités, d'excès en ressources et de l'autonomie, initiative des individus.

Il contribue au renforcement de la croissance interne, à l'amélioration de la capacité d'innovation de la firme et de la motivation des employés.

En opposition aux pratiques d'innovations classiques qui sont coûteuses, lentes, rigides et peu adaptées.

L'intrapreneur se distingue de l'entrepreneur dans le sens où il reste un employé de l'organisation.

3.6. L'entrepreneuriat par reprise

La reprise d'entreprise est une opération qui consiste à racheter une entreprise déjà existante.

Cela implique donc d'appréhender tous ses éléments intra et extrinsèques notamment :

Ses moyens financiers, humains et de production.

Naturellement, le but de tout acheteur est de limiter les risques d'échec de la reprise de société, et surtout, de pouvoir tirer un bénéfice.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat féminin est une grande révolution, contre certaines résistances sans valeurs car les femmes apparaissent souvent comme moins entreprenantes que les hommes qui font de la femme un être incapable d'agir et de prendre des décisions et prendre des risques surtout dans les domaines sociétaux malgré que la femme est très volontaire mais elle ne trouve pas sa place sur le marché de travail qui est réservé aux hommes.

Section 02 : L'entrepreneuriat féminin et la notion de la micro finance

L'objectif de cette section est de montrer le lien direct entre la micro finance et l'entrepreneuriat féminin.

La microfinance émerge progressivement comme un mécanisme d'appui à l'entrepreneuriat. Elle contribue à travers ces institutions à lutter contre le chômage et la pauvreté, tout en fournissant aux ménages les plus pauvres un accès continu et permanent à un système financier (crédits et services bancaires) solide et stable afin de renforcer la sécurité économique de leur famille. L'un de ces services est le micro-crédit. Il est désormais mobilisé par les autorités publiques, c'est un instrument d'accompagnement à la création d'entreprises.

1. Définition des femmes entrepreneures

Dina Lavoie (1988)⁸ définit la femme entrepreneure comme « 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 ».

Donc, l'entrepreneure est cette femme qui recherche l'épanouissement personnel, l'autonomie financière et la maîtrise de son existence grâce au lancement et à la gestion de sa propre entreprise ; elle est une personne physique qui vient dans une situation d'inactivité, de chômage ou de salarié et qui dépend d'un employeur, qui seule ou en équipe, crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée elle est aussi appelée propriétaire chef d'entreprise, propriétaire-dirigeante d'entreprise ou encore femme chef d'entreprise.

⁸ <https://www.cairn.info/dictionnaire-sociologique-de-l-entrepreneuriat--9782724616408-page-287.htm>.
Consulté le 28/09/2021

2. L'importance de l'entrepreneuriat féminin

La place occupée par l'entrepreneuriat réside dans ces apports à l'économie et à la société concernant la création d'entreprise, la création d'emploi, l'innovation, le développement de l'esprit d'entreprendre dans les entreprises et les organisations et l'accompagnement des changements structurels (**Fayolle, 2005**).

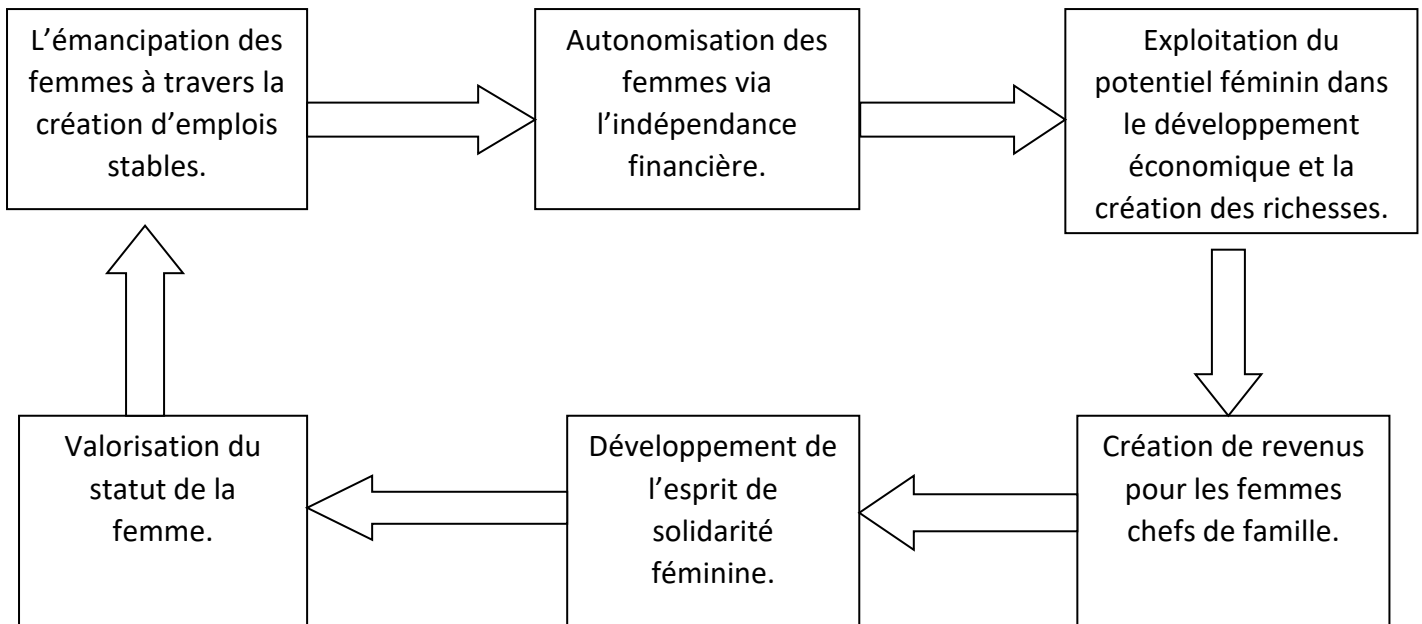
- L'entrepreneuriat stimule la croissance économique, non pas par un effet direct mais, par la présence d'une masse d'entrepreneurs qui contribueront à l'accélération du processus de croissance.

- L'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme une source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois.

L'entrepreneuriat féminin est de plus en plus reconnu comme un facteur important pour la croissance et le développement économique. Et il a une importance capitale car la femme joue un rôle non négligeable dans la société en tant qu'opératrice incontournable dans la lutte contre la pauvreté.

En fait, selon **Boussetta (2011)**, le développement de l'entrepreneuriat féminin est devenu une partie intégrante de la stratégie de développement d'une économie quelconque. Ainsi, la promotion et le développement de l'entrepreneuriat féminin dans tous les territoires, en créant un environnement qui prend en charge le développement et l'expansion des entreprises gérées par des femmes et l'amélioration de la situation économique des femmes entrepreneures comptent déjà parmi les préoccupations majeures des gouvernements.

Schéma n°02 : L'importance de l'entrepreneuriat féminin



Source : élaboré par nos soins

3. Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu'agent économique

La femme entrepreneure est considérée comme un agent économique, influençant et pouvant avoir des impacts économiques sur le territoire. La femme entrepreneure joue un rôle dans la société et dans la sphère économique.

3.1. Moteur de croissance économique

Daniela Gressani (2007), vice-présidente de la banque mondiale pour Région Moyen-Orient et Afrique du Nord affirme que « les entreprises sous le contrôle des femmes sont aussi bien établies et aussi avancées que celles de leurs homologues masculins »⁹. A cet effet, il est évident que les femmes chefs d'entreprises peuvent jouer un rôle beaucoup plus important dans la croissance économique de la région. D'un point de vue strictement économique, **Ahl (2002)**, **Orhan (2003)** et **Verheul (2005)** ont démontré combien l'entrepreneuriat féminin constituait un moteur déterminant pour un pays ou un territoire.

⁹ Cité dans Moncef Mahroug, Région MENA : les femmes chefs d'entreprises contribuent à la croissance, selon un rapport de la Banque Mondiale, 9 novembre 2007. www.webmanagercenter.com/2007/11/09/35343. Consulté le 22/09/2021.

3.2. Investissement et diversification

Nadereh Chamlou (2007), conseillère senior à la Région MENA explique que « Dans le contexte d'un climat plus facile pour l'investissement, elles ont plus de chances de monter une affaire au niveau du secteur formel, ce qui peut contribuer à renforcer la concurrence et à diversifier les économies de la région. ».¹⁰

3.3. Facteurs de développement

L'entrepreneuriat féminin permet d'améliorer le statut social, la formation et l'état de santé des femmes et de leurs familles¹¹.

La femme peut participer au développement économique et social de son pays.

3.4. Compétition et concurrence

D'après le chercheur **Verheul (2005)**, qui insiste surtout sur le fait que les entrepreneures féminines ont relancé la compétition au sein de nombreux secteurs d'activités en proposant des services plus personnalisés ou plus centrés sur les besoins du client (**Chaganti et Parasuraman, 1996**) que ceux proposés par leurs collègues masculins.

3.5. Innovation

D'un point de vue strictement économique, **Ahl (2002)**, **Orhan (2003)** et **Verheul (2005)** ont démontré combien l'entrepreneuriat féminin constituait un moteur déterminant pour un pays ou un territoire. Elles sont à l'origine de l'émergence de nombreux marchés de niches à haut potentiel.

¹⁰ Cité dans Moncef Mahroug, op-cit 9 novembre 2007.

¹¹ Un manuel pour les praticiens « promotion de l'entrepreneuriat féminin- les stratégies et outils du cycle de projet », 2003, P1. www.int.ercooperation.ch/sed/download/wep-manuel. Consulté le 25/09/2021.

3.6. Création d'emploi

« Impact important sur l'économie par la création d'emplois, le nombre de PME à créer et la capacité des femmes à les faire prospérer... »¹².

Les femmes pourraient créer des millions d'emplois si les entreprises qu'elles fondent croissent au même rythme que celles des hommes.

Le travail des femmes est une clé d'analyse de la place des femmes dans toutes les sociétés contemporaines. Aborder le travail et l'emploi des femmes, et de s'intéresser à leur position dans la société.

3.7. Management et organisation

« L'entrepreneuriat féminin apporte à la société des solutions différentes et souvent innovantes aux problèmes de management et d'organisation, ainsi que l'exploitation d'opportunités nouvelles »¹³.

3.8. Intérêt mondial

L'entrepreneuriat féminin est devenu une préoccupation mondiale : « L'OIE reconnaît l'importance de la promotion de l'entrepreneuriat féminin dans les pays développés et en développement »¹⁴. En fin, on peut dire que l'entrepreneur est le fruit de son milieu, et l'entreprise est le fruit des synergies entre entrepreneur et territoire.

4. L'état de l'entrepreneuriat féminin dans le monde

- Pourquoi faut-il se préoccuper de l'entrepreneuriat féminin ? Dans les pays à faible revenu, le travail salarié est l'exception et non la norme, pour les hommes comme pour les femmes. Cependant, 7 % seulement des femmes de 15 ans et plus sont salariées, contre 18 % des hommes (ces pourcentages comprennent les emplois formels et informels dans les secteurs public et privé). De ce fait, l'entrepreneuriat féminin et le travail indépendant en général, c'est-à-dire le

¹² BEHIDJI KAMEL, L'entrepreneuriat féminin comme facteur de réduction des inégalités de genre en Algérie: le cas de la métropole d'Oran. Colloque international : entreprise, entrepreneuriat et développement local, CREAD-CNAM-LAREGE UNIVERSITE D'ORAN, 2008.

¹³ OCDE «Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondialisée : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée » Istanbul, Turquie, 3-5 juin 2004, P 04

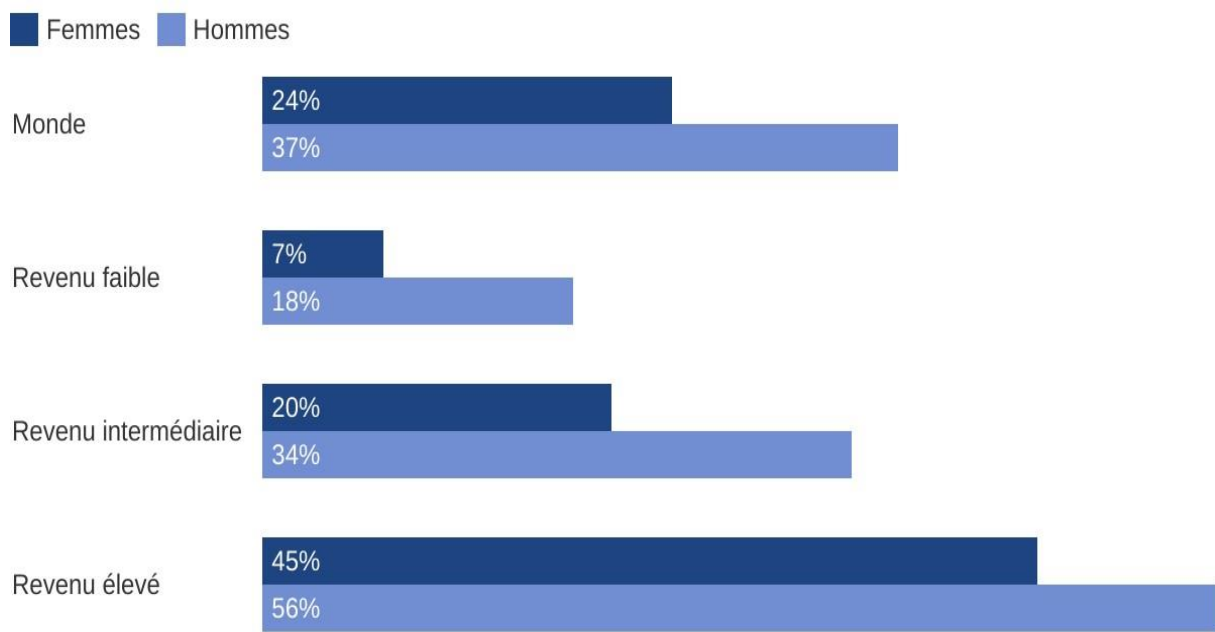
¹⁴ <http://www.ioe-emp.org> in International organization of Employers, 2008.Consulté le 14/09/2021.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

fait de travailler sans patron, que ce soit dans une micro, petite, moyenne ou grande entreprise, constituent un important vecteur d'autonomisation des femmes¹⁵.

Nous examinons les chiffres de l'entrepreneuriat féminin en nous concentrant sur les petites, moyennes et grandes entreprises, les chiffres ne comprennent pas les microentreprises, car bien qu'il s'agisse de la catégorie d'entrepreneurs la plus répandue dans le monde en développement, tant chez les hommes que chez les femmes, nous manquons de données systématiques sur ce groupe.

Figure n° 01 : Proportion de salariés parmi la population âgée de 15 ans et plus (%)



Source : élaboré à partir des données du portail statistique de la banque mondiale

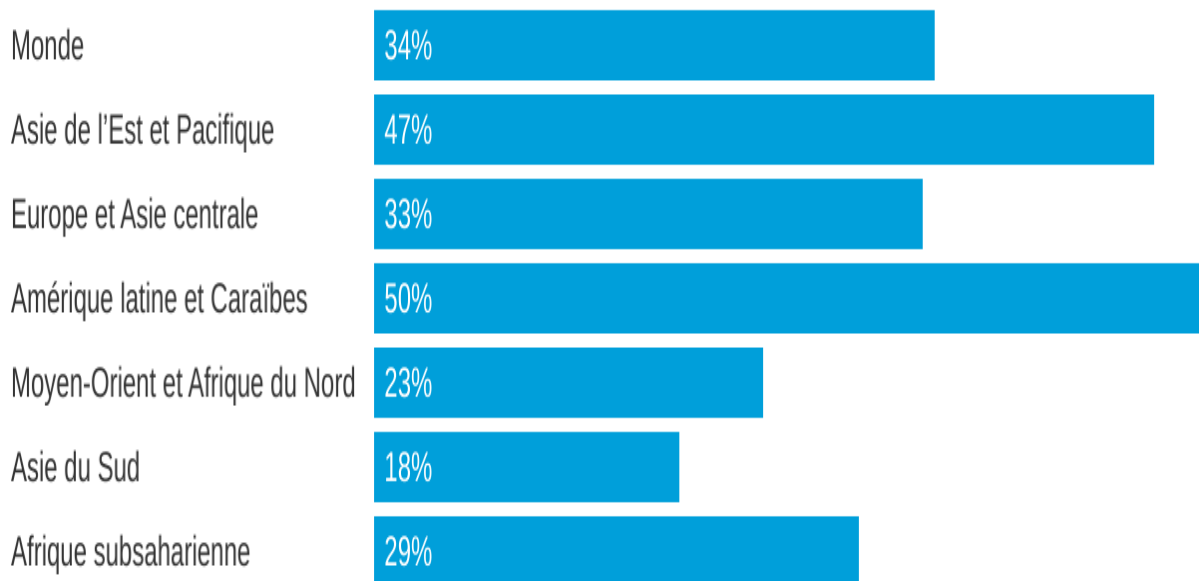
- Une entreprise sur trois seulement dans le monde est détenue par une femme. Cette proportion varie considérablement d'une région à l'autre, allant d'un minimum de 18 % en Asie du Sud à un maximum de 50 % en Amérique latine et aux Caraïbes. Elle présente également de fortes variations au sein d'une même région. En Asie de l'Est et Pacifique, la Corée du Sud affiche le taux le plus faible de femmes dirigeantes d'entreprises (19 %), tandis que le taux le plus élevé est enregistré dans les États fédérés de Micronésie (87 %). De même, au Moyen-Orient, il varie d'un minimum de 7 % au Yémen à un maximum de 49 % en Tunisie.

¹⁵ Daniel Halim, « L'état de l'entrepreneuriat féminin : les statistiques parlent d'elles-mêmes », 5 Mars 2020, publié sur <https://blogs.worldbank.org/fr/opendata>. Consulté le 10/10/2021.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

Il existe une corrélation positive entre le taux d'entreprises féminines et le niveau de revenu des pays, mais dans une mesure assez modeste : si dans les pays à faible revenu, seule une entreprise sur quatre est détenue par des femmes, la proportion est de 36 et 37 %, respectivement, dans les pays à revenu intermédiaire et élevé.

Figure n° 02 : Part des petites, moyennes et grandes entreprises comptant une femme parmi les principaux dirigeants (%)



Source : élaboré à partir des données du portail statistique de la banque mondiale

- Dans toutes les régions à l'exception de l'Amérique du Nord, la proportion de femmes ayant accès à un compte bancaire est inférieure à celle des hommes. Le taux de détention d'un compte bancaire est supérieur de 4 % chez les hommes en Europe et Asie centrale, et de 19 % dans la région Moyen-Orient et Afrique du Nord.

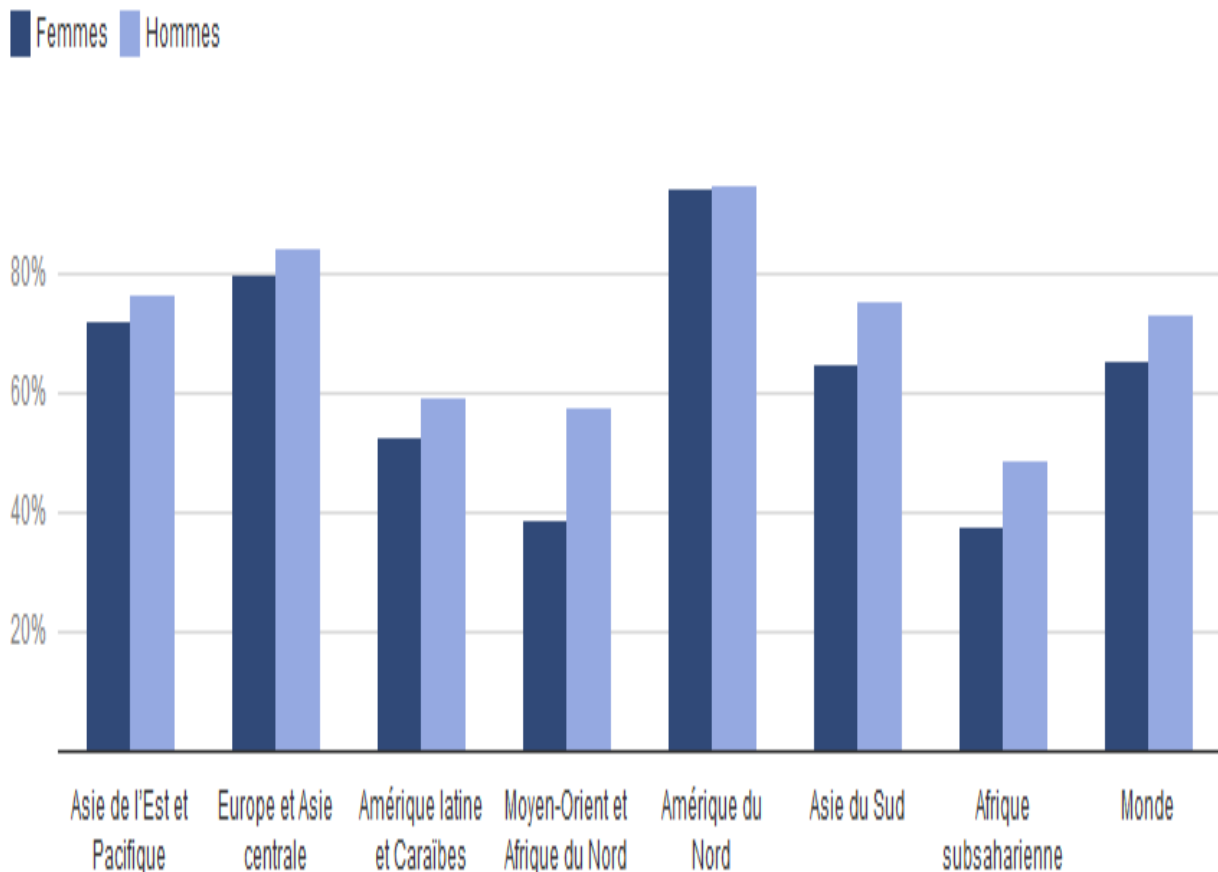
Le fossé est encore plus grand en matière de pleine inclusion financière. En Afrique subsaharienne comme au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, moins de 40 % des femmes ont un compte bancaire.

L'exclusion financière est un véritable obstacle, en particulier pour les femmes qui tentent d'accéder à des capitaux pour créer, exploiter ou développer leur entreprise. Selon des estimations récentes (a), les femmes entrepreneures sont confrontées à un déficit de financement de 1 500 milliards de dollars.

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

L'autonomisation des femmes exige d'agir vigoureusement dans de nombreux domaines et la promotion de l'entrepreneuriat féminin est l'une des voies royales pour y parvenir. Alors poursuivons nos efforts : la route est encore longue.

Figure n° 03 : Proportion de détenteurs de compte dans une institution financière ou via un fournisseur de services d'argent mobile (%)



Source : élaboré à partir des données du portail statistique de la banque mondiale

5. Les motivations et les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures dans le monde

5.1. Les motivations rencontrées par les femmes entrepreneures

L'entrepreneuriat féminin se base, sur la motivation qui alimente son esprit et qui lui permet de réussir son projet.

La motivation de réaliser un projet chez les femmes entrepreneures, se constitue particulièrement; de la compétence, de la maîtrise d'un savoir-faire dans un secteur d'activité

Chapitre I : Présentation Générale de l'entrepreneuriat

donné, vient ensuite le souci de s'affirmer sur un même pied d'égalité que l'homme et devenir une femme d'affaires.

La maîtrise d'un savoir-faire avant la création d'entreprise s'explique par une certaine spécificité féminine qui est: la prudence.

Parfois contradictoires, les motivations à la création d'entreprise sont de fait révélatrices des tensions qui traversent les femmes (entre désir de s'épanouir personnellement et besoin de s'assurer un revenu minimum, entre désir de passer du temps en famille et volonté de se réaliser professionnellement). Les discours des femmes interrogées révèlent ainsi des oscillations fréquentes entre :

- **La nécessité**, lorsque monter son entreprise est la seule façon de trouver un emploi,
- **Le choix de se réaliser familialement**, dans la mesure où créer son entreprise permet de maîtriser son emploi du temps pour être disponible au foyer,
- Et enfin **la recherche d'un épanouissement personnel** à travers un travail qui correspond à ses aspirations ou centres d'intérêt.

La décision de créer son entreprise marque souvent pour les femmes l'issue d'une phase de remise en question, de bilan, ainsi que la volonté plus ou moins clairement exprimée de changer de vie. Les propos recueillis montrent comment la création d'entreprise se trouve souvent idéalisée, parée de toutes les vertus et perçue comme la solution permettant de tout concilier, de trouver une voie de sortie à une situation de blocage vis-à-vis de l'emploi, tout en favorisant l'épanouissement personnel et familial.

Certaines femmes affichent ainsi clairement l'idée que la création d'entreprise reste à leurs yeux le seul moyen d'avoir un travail. La création d'entreprise devient une fin en soi, un choix stratégique visant à s'assurer, dans un contexte de crise économique.

La motivation à la création d'entreprise peut enfin résulter de la volonté de ne plus avoir de compte à rendre à une autorité hiérarchique, d'être « son propre patron ». Cela ressort notamment des parcours des femmes qui ont pu cumuler suffisamment de compétences dans un domaine pour se sentir capable de s'affranchir du cadre de l'entreprise.

5.2. Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures

La contribution de la femme au développement économique rencontre plusieurs problèmes structurels qui bloquent l'avancement des femmes, chefs d'entreprise. Cette réalité s'explique par les facteurs suivants:

- L'environnement familial et amical de la femme concernée ;
- Sa formation et son parcours professionnel antérieur ;
- Sa personnalité (confiance en soi, sentiment d'efficacité ou de compétence, aversion au risque) ;
- Ses projets familiaux ;
- Les projets professionnels de son conjoint ;
- L'accès aux financements et aux moyens matériels ;
- La nature et le contenu du projet lui-même.
- Les contraintes personnelles,
- les difficultés de financement externe,
- le manque de soutien ou de reconnaissance
- et, pour finir la faible intégration des femmes dans les réseaux d'affaires.

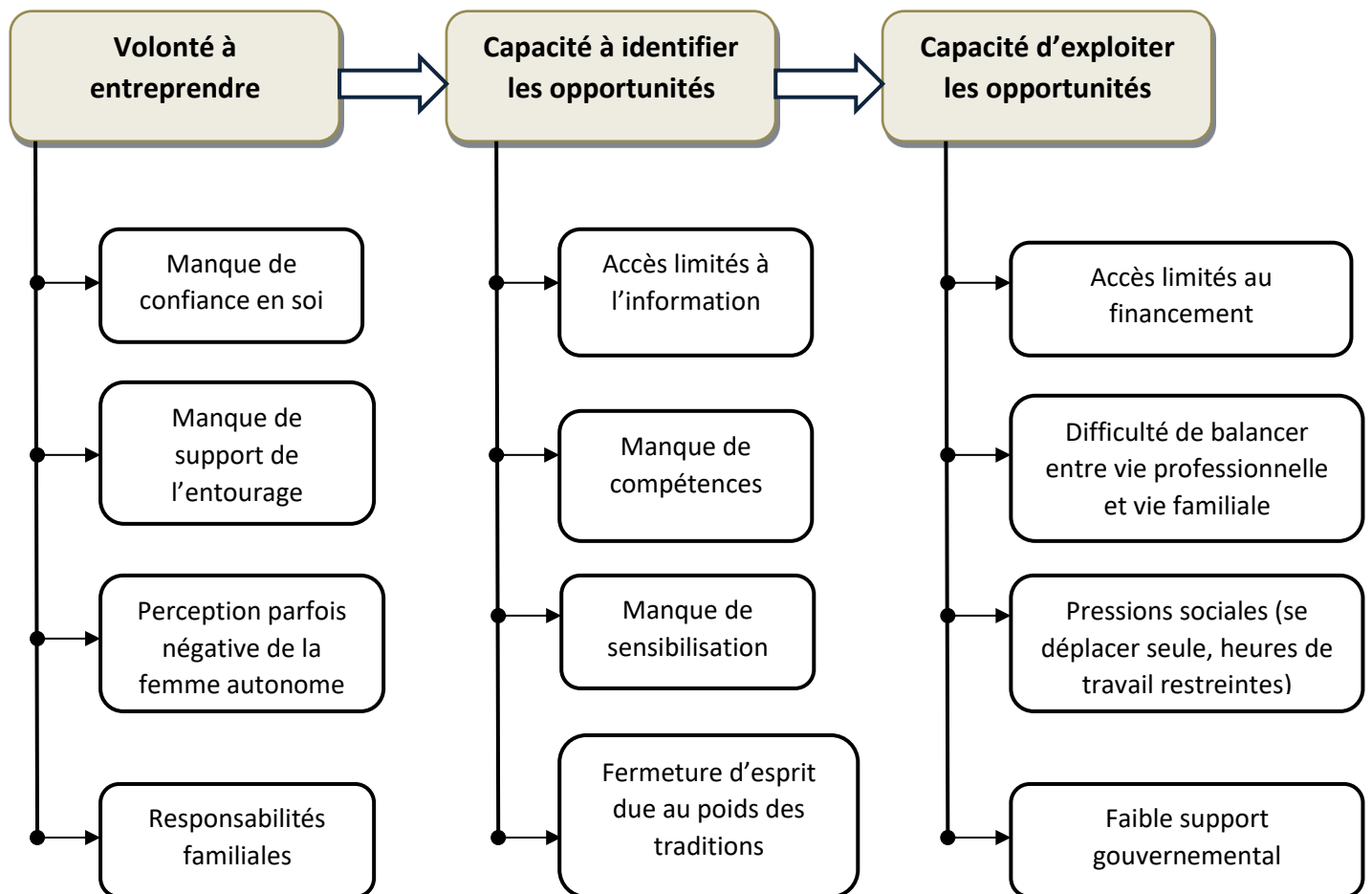
D'autre part, chez beaucoup de femmes souhaitant entreprendre, beaucoup hésitent à le faire par manque de confiance en elles. De plus, l'entourage ou la famille parfois les décourage, par manque de connaissances, ancien mode de penser...

Ça remonte à la petite enfance. Aux petites filles, on leur demande d'être sages, d'être dociles, d'être bonnes élèves alors que les petits garçons, on leur donne beaucoup plus la possibilité de prendre la parole, d'interrompre, d'exercer des activités sportives où il y a une prise de risque. explique Pascale Pitavy.

Pourtant, une femme peut mener de front sa vie familiale et professionnelle. Elle peut entreprendre, et s'épanouir en mélangeant les deux.

Et le schéma suivant résume les principaux obstacles de la femme entrepreneure :

Schéma n°03 : Principaux obstacles de la femme entrepreneure



Source : élaboré par nos soins

6. Micro finance et l'entrepreneuriat féminin

La micro finance existe sous diverses formes depuis des siècles. Mais, elle ne s'est structurée réellement que depuis une trentaine d'années. Dans les années 60 et 70 apparaissent les programmes de prêts à faible taux, dont le principe est repris par les institutions de micro finance sous leur forme actuelle. Selon les Nations Unies, on entend par micro finance, l'offre de services financiers (micro crédit, micro assurance, transfert d'argent, etc.) aux populations pauvres, exclues du système bancaire, sans ressource ni droit de propriété. Pour Michel LELART (2005)¹⁶, la micro finance se définit comme étant l'ensemble des services financiers (épargne, crédit, micro assurance et transfert d'argent), une finance de

¹⁶ Lelart M, : De la finance informelle à la micro finance, éd. Des archives contemporaines/AUF, Paris.2005, P 41.

proximité qui s'adapte aux besoins et qui s'inscrit dans une logique de fourniture de service financiers à une population qui n'a pas accès à la banque, ainsi qu'aux besoins d'un autre ordre que l'emprunteur éprouve quand il obtient son crédit (conseil, formation, encadrement).

6.1. Spécificités de la micro finance

Les IMF facilitent le recouvrement des prêts et réduisent le risque des aléas liés aux activités de financement (asymétrie d'information), elles créent des mécanismes spécifiques destinés aux micros - entrepreneurs ou aux pauvres (MONTALIEU, 2002)¹⁷, à savoir :

- Le prêt groupé : c'est un mécanisme permettant aux entrepreneurs d'appartenir à des groupes solidaires pour bénéficier du crédit des institutions financières afin de réduire les risques de non remboursement ;
- Les incitations dynamiques : ce sont des moyens d'obtenir des taux de remboursement élevés en ce sens qu'un premier remboursement donne accès à des meilleures conditions de crédit ;
- La responsabilité conjointe : lorsque le groupe bénéficie d'un crédit, chaque membre est tenu à respecter les obligations de remboursement ;
- Les substituts aux garanties : bien que la technique du prêt collectif à responsabilité conjointe assure des taux de remboursement très honorables, le crédit sans apport de garanties reste une activité risquée. Ainsi, l'IMF oblige au préalable une épargne proportionnelle à l'emprunt ;
- Les schémas de remboursement : les emprunteurs commencent à amortir leur crédit dans les quelques semaines qui suivent le déblocage des fonds à un rythme hebdomadaire ou mensuel ;
- Outre ces mécanismes, les IMF qui se développent cherchent de plus en plus à mettre au point des produits nouveaux et meilleurs.

¹⁷ Montalieu, T, « les institutions des micro crédit : entre promesse et doute. Quelles pratiques bancaires pour quels effets ? Mondes en développement », Tome 30, n°119, 2002, PP 21-30. Disponible sur le site : <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2002-3-page-21.htm>. Consulté le 12/10/2021.

6.2. Les institutions de microfinance

Les institutions qui offrent des services de micro finance se sont au départ inspirées du système informel qui existait dans les régions en développement. Les IMF sont souvent mises en place par des coopératives ou des O.N.G. indépendantes ; elles peuvent aussi prendre la forme de programmes d'associations humanitaires ou d'organisations internationales et plus rarement être des filiales de banques commerciales.

On peut, toutefois, essayer de les classer en quelques groupes bien distincts :

6.2.1. La micro finance par les mutuelles

Les mutuelles d'épargne et de crédit sont apparues, il y a un peu plus d'un siècle.

Le crédit mutuel est aujourd'hui la deuxième banque de détail française. Les crédits qu'elles accordent ressemblent souvent au micro crédit, elles sont davantage des caisses d'épargne que de crédit ; elles reçoivent plus de dépôts qu'elles n'accordent de crédit (LELART, 2005)¹⁸. Leur clientèle appartient surtout aux classes moyennes qu'aux milieux les plus pauvres.

6.2.2. Un nouveau modèle : la micro finance par les ONG

C'est le modèle le plus difficile à cerner, c'est aussi celui que l'on rencontre le plus fréquemment. Il s'agit au départ de programme lancé par des gouvernements ou plus souvent par les institutions étrangères. Ce sont surtout les ONG nationales mais plus souvent internationales.

¹⁸ Lelart.M, op-cit : P54.

6.2.3. La micro finance par des banques

Elles soutiennent des opérations de micro finance soit indirectement, en appuyant sur des IMF existantes par un soutien financier ou une prise de participation soit directement par une filiale ou une offre de produits / services de micro finance.

6.3. Microfinance et innovation financières

Les produits et services qu'offre le système de micro finance sont une composante de nouvelles innovations financières solidaires ; la solidarité porte aussi sur la nature des produits : micro crédit, micro épargne, micro assurance et micro action ainsi que le transfert de fonds (MAYOUKOU, 2003)¹⁹. Comme souligné précédemment, la micro finance englobe l'ensemble d'institutions (ONG, mutuelles d'épargne et de crédit, ...) dont l'activité consiste à offrir des services financiers aux ménages ou clients exclus du secteur bancaire traditionnel.

6.3.1. Le micro crédit

Selon LELART (2005), le micro crédit est un crédit de proximité qui s'adapte aux besoins ; un petit crédit d'un montant peu élevé sensiblement inférieur au crédit qu'une entreprise ou ménage peut solliciter d'une banque. La banque mondiale retient, selon LELART, un plafond de 30% du PNB par habitant, ce qui représente l'équivalent de 150 Euros en Afrique.

En effet, ce type de crédit est sollicité par des personnes à très bas revenu, en règle générale les femmes. Ce micro crédit, vu sa taille, est considéré comme un crédit destiné aux pauvres.

MAYOUKOU (2003), continue l'idée en relevant que le micro crédit peut être sollicité pour toute forme de besoin. Il est aussi sollicité pour financer des activités génératrices de revenus. Il est considéré à cet égard comme un produit financier de lutte contre la pauvreté.

¹⁹ Mayoukou, C. « Innovation financière solidaire application au cas de la micro finance », éd. Entrepreneuriat et Innovations, L'Harmattan, Paris, 2003, P. 425.

6.3.2. L'épargne

Il s'agit de l'épargne de précaution pour se couvrir contre les risques sociaux, du fait de la vulnérabilité de l'existence, car il n'est pas bon d'emprunter toujours. Il est nécessaire que les plus pauvres aient la possibilité d'épargner parce qu'ils remboursent mieux que ceux qui ont plus d'argent (LELART, 2005).²⁰

6.3.3. Le transfert d'argent

Dans les pays du sud, les personnes ont rarement accès à la banque. Elles n'ont donc pas de compte courant et ne peuvent pas régler par chèque ou virement, elles ne peuvent que payer en billets. Elles ont souvent besoin de transférer de l'argent et elles souhaitent pouvoir le faire facilement et sans risque. Ainsi, il existe déjà des procédures informelles pour transférer de l'argent rapidement et en toute sécurité. Le transfert de fonds fait désormais partie des services financiers auxquels les plus pauvres aspirent.

6.3.4. La micro assurance

La micro assurance est un produit en émergence en Asie. L'Inde est le pays où ce produit connaît un fort développement. Elle est un service visant à couvrir les risques ou aléas touchant la personne ou l'activité (MAYOUKOU, 2007)²¹, par exemple en cas de maladie, décès, mariage, vol, incendie de l'actif.

6.4. L'impact économique du micro crédit

Les impacts économiques du micro crédit sont les suivants : l'accroissement des revenus et l'impact significatif sur emplois²².

6.4.1. L'accroissement de revenus

Ces micros crédits permettent :

- Une augmentation du revenu ;

²⁰ Lelart.M, op-cit, P 72.

²¹ Mayoukou.C, « Innovation financière solidaire : application au cas de la micro-finance », dans C. Mayoukou (éd.), *Entrepreneuriat et Innovations*, L'Harmattan, Paris, 2007, P 435

²² Sall.A, « Les stratégies et initiatives des femmes dans le secteur de la micro finance », Thèse de Doctorat, École doctorale Sciences humaines et sociales : cultures, individus, sociétés (Paris ; 1994-2019), Paris 5, 2012, P.89.

- Une amélioration des conditions des pauvres ;
- L'amélioration de l'habitat et l'augmentation des dépenses alimentaires.

Le but essentiel des programmes de micro crédit est :

- De lutter contre la pauvreté, en accroissant les revenus des emprunteurs pauvres,
- La possibilité de diversifier les revenus est importante, en particulier pour les ruraux pauvres, qui sont tributaires de l'agriculture et exposés aux variations climatiques et aux cycles agricoles.

6.4.2. L'impact significatif sur emplois

La place importante du secteur informel et la montée du chômage grandissant constituent des facteurs du développement du microcrédit.

6.5. Les avantages et les inconvénients du micro crédit

6.5.1. Les avantages

- A l'origine, le microcrédit a connu son succès dans les pays en voie de développement où la plupart des habitants doivent créer leur propre emploi. Pour cela, une mise de départ, même faible, est nécessaire. C'est en réponse à ce besoin qu'est née la micro finance ;
- Le microcrédit est un prêt de faible montant qui est avant tout destiné aux personnes exclues du système bancaire classique. Par exemple, les personnes interdites bancaire, sans emploi ou disposant de faibles ressources ;
- En ce sens, l'un des principaux avantages du microcrédit est de donner accès au financement de leurs projets à un nombre croissant de personnes ;
- Le microcrédit peut être accordé à titre privé (achat d'un véhicule par exemple) ou professionnel pour démarrer une petite structure ;
- Il permet bien souvent aux personnes en situation financière difficile de sortir du cercle vicieux où le manque d'argent les empêche de trouver un emploi ou de créer leur petite entreprise. C'est là l'un des grands avantages du microcrédit

6.5.2. Les inconvénients

Si les nombreux avantages du microcrédit sont incontestables, il y a cependant certaines limites concernant ce mode de financement :

- La première, c'est le taux appliqué aux emprunteurs. Ces prêts étant destinés aux personnes exclues du système bancaire classique, le prêteur compense un risque de non remboursement élevé en augmentant le coût du crédit.
- La deuxième critique qui est souvent faite au microcrédit, c'est qu'il ne peut, comme son nom l'indique, porter que sur de faibles montants. Hors certaines personnes en difficulté auraient parfois besoin de sommes plus importantes pour s'en sortir.
- Enfin, lorsqu'il est mal utilisé, il peut conduire au surendettement des personnes qui sont déjà en situation précaire.

Conclusion

L'entrepreneuriat féminin est un levier pour le développement économique de la nation. Très souvent, les femmes sont confrontées à des contraintes financières pour le développement et la croissance de leurs activités. Il est généralement admis que le microcrédit est un instrument de lutte contre la pauvreté dans la mesure où l'accès au microcrédit permet de promouvoir les activités génératrices de revenu des femmes entrepreneures. Le financement par microcrédit aurait donc un effet positif important sur le bien-être des ménages.

Introduction:

En Algérie, et après son indépendance, l'entrepreneuriat a connu plusieurs améliorations, car au début, l'Etat a adopté le modèle socialiste qui est basé sur le contexte de l'économie planifiée, c'est-à-dire que c'est l'Etat qui joue le rôle de l'entrepreneur. Après la transition vers l'économie de marché, le pays a connu l'émergence de PME privées, et l'encouragement de l'investissement.

L'objectif de ce chapitre est la présentation de la réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. La première section sera consacrée aux différents dispositifs d'aide et d'appui, d'accompagnement et de soutien de l'entrepreneuriat féminin tout en abordant le contexte de micro crédit en Algérie. La deuxième section traitera les contraintes et motivations de l'entrepreneuriat féminin.

Section 01 : Dispositifs d'appui et d'accompagnement à la création d'entreprise et les microcrédits en Algérie

En Algérie, il existe différents organismes pouvant avoir un rôle d'appui au financement des PME et particulièrement les entreprises créées par les femmes porteuses de projets: ce sont des structures d'aides, sous formes d'agences nationales chargées de l'exécution des politiques publiques d'assistance et soutien à la création d'entreprise. On parle alors de l'agence national de développement de l'investissement (ANDI), l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des jeunes (ANSEJ) renommé Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE), la Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) et l'Agence Nationale de Gestion des Microcrédits (ANGEM) ces dispositifs ont le but de faciliter la création d'entreprises via la micro finance.

1. Le financement des entreprises

Au moment de la création d'une entreprise, plusieurs sources de financement²³ (fonds propre, capital-risque, banques,...) s'offrent aux entrepreneurs afin d'assurer la réussite et le succès de leurs projets.

La faisabilité d'un projet de création d'entreprise provient de sa capacité à créer de la valeur au regard de la rentabilité des investissements réalisés.

A cet effet, le porteur de projet peut recourir à :

- ✓ L'autofinancement ;
- ✓ L'endettement bancaire ;
- ✓ L'ouverture du capital.

1.1. L'autofinancement

Les entreprises privilégient une forte autonomie financière obtenue à partir des capitaux mis en réserve, pour financer les dépenses anticipées d'investissement et d'exploitation qui s'y réfèrent. L'indépendance y est essentielle car la préservation de patrimoine économique confondue parfois avec la préservation familiale crée une hiérarchie des sources de financement.

De fait, les entrepreneurs préfèrent généralement financer leurs Projets de manière à minimiser les effets de contrôle externe et de réduction du capital. Donc, ils préfèrent utiliser d'abord leurs ressources internes (autofinancement) que ce soit leurs épargne personnel ou l'aide de leurs proches, avant de recourir à l'endettement bancaire tandis que l'ouverture de capital à des investisseurs externes constitue une mesure de dernier recours.

1.2. L'endettement bancaire

Si les fonds internes illustrés par le patrimoine familial ne suffisent pas, les sociétés se trouvent en priorité vers l'endettement bancaire.

Le financement externe est une solution de deuxième ordre auquel les entreprises recourent lorsque ses capitaux mis en réserve ne suffisent pas à financer des projets d'investissement.

²³ BOUKROUS Dj, « Les circuits de financement des PME en Algérie : Etude d'un crédit bancaire », Mémoire de Magister en sciences économiques, Université d'Oran, juin 2008.

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

D'autant plus qu'elles se trouvent confrontés à l'obstacle de l'accès au financement externe, compte tenu des disponibilités financières limitées pour financer les efforts de recherche et développement ou les investissements liés l'innovation. La question de l'accès au crédit des entreprises est régulièrement reprise comme une difficulté spécifique qui entrave le créateur d'entreprise.

La banque est un partenaire essentiel de l'entreprise, elle intervient à tout moments, depuis la création jusqu'au financement des investissements importants, en passant par les facilités de trésorerie. Marchesnay et Fourcade (1997) soulignent que « avant de financer un projet d'investissement, les banques ne s'engageront qu'après l'étude de la rentabilité du dossier et du niveau d'endettement de l'entreprise. L'existence de fonds propres suffisants conditionne l'octroi d'un prêt et les conditions dans lesquelles il est accordé (taux d'intérêt, sécurité prise...) ».

Le crédit aux entreprises est un acte d'investissement à risques contre lesquels la banque doit se prémunir, en facilitant la prévision de défaillance des entreprises basées sur des critères d'appréciation de la solvabilité à pouvoir décisionnel élevé. Les méthodes d'analyse de risque utilisées par les banques sont toutefois souvent rigides et reposent sur des informations standardisées telles que des grilles de "scoring" qui permet de probabiliser le risque.

Son accord est déterminé par une relation partenariale susceptible de résoudre le problème d'opacité informationnelle qui le caractérise. Cette manière d'agir facilite la collecte des informations propres à la configuration de l'entreprise, nécessaires pour la prise de décision bancaire. Dans cette négociation commerciale, la position des PME n'est pas toujours très favorable. Evans et Jovanovic (1989) affirment que les contraintes de financement sont plus grandes pour les entreprises de petite dimension. Stiglitz et Weiss (1981) soulignent aussi l'existence d'une corrélation entre le rationnement du crédit et la taille de l'entreprise.

1.3. L'ouverture du capital

Le recours à l'ouverture du capital demeure l'exception dans le classement. Ce classement obéit à des considérations liées à des disparités fiscales existantes entre la taxation des dividendes et des gains en capital au niveau de l'actionnaire ou encore à la possibilité de la réduction des charges fiscales de la base imposable, soit à l'introduction explicite des coûts de faillites au niveau de l'entreprise.

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

On peut aussi citer le coût de contrôle de l'entreprise pour expliquer une prime supplémentaire au financement par émission d'actions nouvelles (Mulkay et al 1995). Cette classification ou hiérarchie des sources de financement auxquelles recourent prioritairement les dirigeants est confirmée par une étude portant sur les entreprises moyennes belges réalisée 1994 (Wtterwulghé et Al.).

2. Les déterminants des sources de financement des entreprises en Algérie

L'entreprise PME en Algérie évolue dans un environnement particulièrement instable notamment à cause d'une transition inachevée et d'une volonté irréversible d'intégration l'économie mondiale. L'économie algérienne est confrontée à plusieurs perspectives dont l'objectif est d'assurer une trajectoire d'un fort taux de croissance dans un contexte de mondialisation en assurant des financements alternatifs. Il s'agit d'amener les entreprises à des niveaux de croissance plus significatifs de leur activité par l'amélioration de la compétitivité et la conquête des marchés intérieurs et extérieurs. Pour que les PME privées aboutissent à la satisfaction de leurs besoins de développement et de croissance elles doivent recourir au financement externe afin de compenser le manque d'intermédiation financière²⁴.

3. La Micro finance en Algérie (Micro crédit)

En Algérie, la notion de la micro finance n'est pas très développée, elle reste néanmoins liée généralement aux dispositifs publics d'aide à la création de microprojets, la lutte contre le chômage et surtout le soutien au développement économique.

Ces dispositifs (ANSEJ/ ANADE ainsi que CNAC et ANGEM) sont mis en place par les autorités publiques afin de distribuer des microcrédits aux ménages. Leurs objectifs sont ; pour créer des postes d'emplois, lutter contre le chômage et l'amélioration des conditions de vie.

4. Présentation du dispositif L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)/ (ANADE)

C'est une institution publique qui aide à la création et au développement de projets pour les jeunes promoteurs activant dans la production de bien et de service, dont l'âge ne dépasse pas

²⁴ M-Marchesnay, « L'entrepreneuriat », édition gestion, paris. Page 103.

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

les 40 ans et dont le montant d'investissement est inférieurs ou égale à 10 millions de dinars algériens.

L'ANADE dispose d'un réseau de 51 antennes, implantées dans toutes les wilayas du pays, ainsi que des annexes situées dans les grandes localités.

4.1. L'ANADE a pour objectifs

Favoriser la création et l'extension d'activité de biens et de services par les jeunes promoteurs.

Encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

4.2. L'ANADE a pour missions

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs à la création d'activités ;
- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique ; technique, législative et réglementaire relative à leurs activités ;
- Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banques, impôts, CNAS et CASNOS, etc.) ;
- Développer un partenariat intersectoriel pour l'identification des opportunités d'investissement – divers secteurs ;
- Assurer une formation sur la technique de gestion de la micro-entreprise au profit des jeunes promoteurs ;
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures pour la promotion de la création et l'extension d'activité.

5. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM) ²⁵

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

L'ANGEM gère dans le cadre du microcrédit deux formes de financement allant du petit prêt de service (PNR57 financé par l'ANGEM avec un plafond de (100 000 Da) Jusqu'au prêt plus

²⁵ Pour les projets de plus faible envergure un autre dispositif, plus accessible aux femmes a été mis en place à travers l'ANGEM. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, créée par le décret exécutif N°:04-14 du 22/01/2004, représente un outil de lutte contre le chômage et la précarité visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité.

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

important (ne dépassant pas 1 000 000 Da) faisant appel à un montage financier avec une banque publique. Chaque formule de financement de part ses spécificités, permet de financer certaines activités et intéresse par la même occasion une population particulière.

5.1. Le réseau opérationnel

L'Agence est dotée d'une structure dénommée « Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédit – **F.G.M.M.C** », qui a pour mission de garantir les micro crédits accordés, par les banques et établissements financiers adhérents au Fonds, aux promoteurs ayant obtenu une notification des aides de l'Agence.

Aussi, et à l'effet d'assurer les missions qui lui sont confiées, l'Agence a adopté un modèle d'organisation décentralisée : **49 Agences de wilaya** couvrant l'ensemble du territoire du pays, soutenues par des **cellules d'accompagnement** au niveau de chaque Daïra. Le Fonds de garantie F.G.M.M.C est représenté au niveau de chaque agence de wilaya par un cadre chargé d'études.

Un lien fonctionnel entre la Direction Centrale et les démembrements locaux (Wilayas) est assuré par l'**Antenne Régionale**. Structure chapotant une moyenne de cinq (05) Agences de wilayas, elle assure les rôles de coordination, de consolidation et de suivi des activités. Un réseau de **10 Antennes Régionales** couvre l'ensemble des agences des wilayas.

Cette organisation représente un modèle idoine pour le travail de proximité et la réduction des délais nécessaires pour des prises de décisions rapides et adéquates.

5.2. Les conditions d'éligibilité au micro crédit dans le dispositif ANGEM en Algérie

Il y a neuf conditions pour que la demande du crédit aille être acceptée :

- Être âgé de 18 ans et plus;
- Etre sans revenus ou disposant de petits revenus instables et irréguliers;
- Avoir une résidence fixe;
- Disposer d'une qualification matérialisée par un diplôme, ou un titre équivalent reconnu ou bien, posséder un savoir-faire prouvé en relation avec l'activité projetée;
- Ne pas avoir bénéficié d'une autre aide à la création d'activités;
- Mobiliser un apport personnel de 1% du coût global de l'activité, au titre de l'acquisition de petits matériels et matières premières de démarrage de l'activité ;

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

- Cotiser au FGMMC dans le cas où le promoteur sollicite un crédit bancaire;
- S'engager à rembourser le montant du prêt et des intérêts à la banque selon un échéancier arrêté ;
- S'engager à rembourser à l'ANGEM, le Montant du PNR selon un échéancier arrêté.

5.3. Aides et avantages accordés aux bénéficiaires de microcrédit (cas ANGEM)

- Formation, soutien, conseil, assistance technique et accompagnement des promoteurs sont assurés par l'ANGEM, dans le cadre de la mise en oeuvre de leurs activités ;
- Le crédit bancaire est accordé sans intérêts ;
- Un prêt non rémunéré (PNR), équivalent à 29% du cout global de l'activité, au titre de la création d'activité, par l'acquisition de petits matériels et de matière première pour le démarrage de l'activité, qui ne saurait dépasser 1 000 000 DA ;
- Pour l'achat de matières premières, le PNR est fixé à 100% du cout global du projet qui ne saurait dépasser les 1 000 000 DA, ce cout peut atteindre 250 000 DA au niveau des wilayas de sud.

➤ Les avantages fiscaux

- Une exonération totale de l'impôt sur le revenu global ou de l'impôt sur les bénéfices des sociétés, pendant une période de trois années ;
- Une exonération de la taxe financière sur les constructions servant aux activités exercées, pour une durée de trois années ;
- Sont exemptées du droit de mutation, les immobilières effectuées par les promoteurs, en vue de la création d'activités industrielles ;
- Les actes portant constitution de sociétés créées par les promoteurs sont exonérés de tous droits d'enregistrement ;
- Peuvent bénéficier de la franchise de la TVA, les acquisitions de biens d'équipement et services entrant directement dans la réalisation de l'investissement de création ;

Un abattement de l'IRG ou l'IBS, ainsi que la TAP, dus à l'issue de la période des exonérations, pendant les trois premières années d'imposition, comme suit :

- première année d'imposition : un abattement de 70%
- deuxième année d'imposition : un abattement de 50
- troisième année d'imposition : un abattement de 25%

- Les droits de douanes relatifs aux équipements importés entrant directement dans la réalisation de l'investissement, sont déterminés par l'application d'un taux de 5%.

6. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC)

La CNAC prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités. Elle est réservée aux chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans, ayant perdu leurs emplois et inscrits à l'Agence Nationale de l'Emploi (ANEM) depuis au moins 1 mois. Le coût global de l'investissement est de 10 millions de dinars. L'apport personnel du promoteur et la procédure de financement est la même que celle de l'ANADE.

6.1. Missions de la CNAC ²⁶

6.1.1. Assurance chômage

Le 26 mai 1994, deux décrets législatifs signés et publiés au journal officiel n° 34 créaient le régime d'assurance chômage destiné aux salariés du secteur économique qui perdent leur emploi de façon involontaire, pour raison économique dans le cadre soit d'une compression d'effectif, soit d'une cessation d'activité de l'employeur.

Le chômage pour raison économique est depuis l'année 1994 considéré comme un risque indemnisable au même titre que les autres risques de sécurité sociale (maladie, accidents de travail, etc.).

Le régime d'assurance chômage mis en place permet aux employeurs publics et privés de disposer d'un instrument pour faire face aux difficultés économiques, financières et techniques pouvant amener à réduire les effectifs afin d'éviter de mettre en péril l'avenir des entreprises et de voir ainsi disparaître la totalité des emplois salariés.

6.1.2. Le dispositif de Soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans

Dès 2010 de nouvelles dispositions ont permis à la population âgée de 30 à 50 ans d'accéder à ce dispositif plusieurs avantages notamment, le montant global du seuil d'investissement porté à 10 millions de DA au lieu de 5 millions de DA ainsi que la possibilité de l'extension des capacités de production de biens et de services pour les promoteurs qui ont déjà leur activité ainsi que les bonifications sur les intérêts du crédit bancaire à 100%.

²⁶ : <https://www.cnac.dz>

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

Visant sans cesse le développement et la transmission « de la culture entrepreneuriale », les aménagements de ce dispositif ont porté sur :

- La réduction d'inscription à l'ANEM, un (01) mois au lieu de six (06) mois ;
- Le relèvement du niveau d'investissement de 5 MDA à 10 MDA ;
- L'accès au dispositif de 30 ans (*au lieu de 35 ans*) à 50 ans ;
- Et outre la création, l'extension des capacités de production des biens et services.

Forte de son expérience dans le domaine de l'accompagnement et de son réseau des Centres d'Appui au Travail Indépendant (CATI), lancé en 1998 à travers tout le territoire national, la Caisse nationale d'Assurance Chômage se mobilise et se prépare dans la perspective d'offrir à tout porteur de projet un espace adéquat pour l'accomplissement tant professionnel que social en adéquation avec le nouvel ancrage juridique régissant le dispositif de soutien à la création et à l'extension d'activités par les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans :

- Un décret présidentiel n°03-514 du 30 Décembre 2003 modifié et complété par le décret présidentiel n°10-156 du 20 Juin 2010 relatif au soutien à la création et à l'extension d'activités par les chômeurs promoteurs âgés de trente (30) à cinquante (50) ans.
- Un décret exécutif n°04-02 du 10 dhou el kaada 1424 correspondant au 03 Janvier 2004 modifié et complété par le Décret exécutif n°10-158 du 20 Juin 2010 fixant les conditions et les niveaux d'aides accordées aux chômeurs promoteurs, âgés de trente (30) à cinquante (50) ans.

Cette assise juridique a permis à la CNAC de s'atteler avec la plus grande célérité à la mise en place de tous les mécanismes internes avec la construction concomitante d'un partenariat avec plusieurs ministères et institutions devant optimiser la concrétisation de ses nouvelles prérogatives.

Les services assurés aux promoteurs par ces centres spécialisés intègrent, à la fois, l'accompagnement personnalisé durant toutes les phases, la validation des acquis professionnels et l'assistance lors de l'examen des projets par les comités de sélection et de validation.

Les investissements à réaliser dans ce cadre repose exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC. Le seuil maximum du coût de l'investissement est fixé à 10 millions de dinars.

Il est prévu, en outre, toute une batterie d'aides ainsi que des avantages financiers et fiscaux en direction de toute personne qui satisfait aux conditions d'accès au dispositif notamment l'âge, la situation de chômage, la qualification ou le savoir-faire en relation avec l'activité projetée et la possibilité de participer financièrement au montage de son projet (*accompagnement*).

Concernant la Validation des Acquis Professionnels (*V.A.P*), elle constitue une autre mesure mise en œuvre en partenariat avec le Ministère de la formation et de l'Enseignement Professionnel ainsi que d'autres secteurs en vue de valoriser l'expérience professionnelle des futurs promoteurs dans le montage de leurs projets d'investissement.

Cette opération est prise en charge financièrement par la CNAC. (*VAP*)

Et dans le souci de préserver les micro entreprises nouvellement créées d'une mortalité précoce, des sessions de formation à la gestion d'entreprise en direction des chômeurs promoteurs sont assurées périodiquement par nos conseillers animateurs.

En plus de cet appui, il est prévu d'octroyer aux promoteurs éligibles, plusieurs avantages qui sont :

- La bonification des taux d'intérêts pour les prêts bancaires ;
- La réduction des droits de douanes ;
- L'exonération fiscale et parafiscale ;
- Le bénéfice d'un prêt non rémunéré (*sans intérêts*) de la part de la CNAC.

S'agissant des risques crédits des investissements, un fonds de garantie accompagne les banques partenaires et couvre les créances restant dues en principal et les intérêts à hauteur de 70%. (*Avantages financiers*).

6.2. Mesures d'encouragement

6.2.1. Avantages Consentis à l'employeur

- Différents niveaux d'allègement de la part patronale ;
- Exonération de la cotisation globale de la sécurité à la charge de l'employeur ;
- Subvention mensuelle à l'emploi.

6.2.1.1. Niveaux d'allègement de part patronale

L'employeur bénéficie d'abattement en cas de recrutements pour une durée au moins de 12 mois :

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

- De 20% de sa quote part, pour les demandeurs d'emploi ;
- De 28% de sa quote part pour les primo demandeurs ;
- De 36% pour les recrutements effectués dans les régions des hauts plateaux et du sud ;

L'employeur bénéficie aussi d'abattement en cas de recrutements pour une durée au moins de 6 mois :

- De 20 à 28% de sa quote part, en cas de recrutement des demandeurs d'emploi et primo-demandeurs dans les secteurs du tourisme, de l'artisanat, de la culture de l'agriculture, dans les chantiers du bâtiment et travaux publics ainsi que les sociétés de services ;
- De 36% de sa quote part patronale, en cas de recrutement de toutes catégories de demandeurs d'emploi dans les régions des hauts plateaux et du sud ;
- En cas de doublement d'effectif initial par l'employeur occupant 9 travailleurs au moins, déclarés à la CNAS, bénéficie d'un abattement fixé à 8 % pour une durée d'une année.

6.2.1.2. Exonération de la part patronale

Tout employeur qui engage des actions de formation et de perfectionnement en faveur de ses travailleurs, bénéficie de l'exonération de la cotisation globale pour des périodes modulées comme suit :

- Un (01) mois pour une durée allant de 15 jours à 1 mois ;
- Deux (02) mois pour une durée supérieure à 1 mois et égale à 2 mois ;
- Trois (03) mois pour une durée supérieure à 2 mois.

La CNAC prend en charge la cotisation globale de l'employeur évaluée à (25%) pendant une période pouvant aller jusqu'à trois (03) mois.

6.2.1.3. Subvention mensuelle à l'emploi

Pour chaque demandeur d'emploi recruté sur la base d'un contrat pour une durée indéterminée (*C.D.I.*), l'employeur bénéficie d'une subvention mensuelle à l'emploi d'un montant de 1000 dinars pour une durée maximale de trois (03) ans.

6.3. Les femmes bénéficiaires du dispositif CNAC

Depuis la création du dispositif CNAC jusqu'aux 30/06/2016, 13050 femmes l'ont sollicité pour créer leurs entreprises, soit 9,6% uniquement sur un total de 135373 promoteurs CNAC. Ce taux de participation est très faible en comparaison avec celui des hommes. En effet, moins d'un projet sur 10 revient à une femme. Nous pouvons avancer que ces constats peuvent être liés à l'existence des deux autres dispositifs ANADE et ANGEM que les jeunes entrepreneures ou les entrepreneures à domicile peuvent solliciter. Il y a aussi la tranche d'âge (30-50 ans) où les femmes pourraient être fonctionnaires ou salariées. Le tableau suivant indique la répartition par secteur d'activité et par tranche d'âge des projets féminins dans le cadre du dispositif CNAC.

7. L'Agence nationale du développement de la PME (ANDPME)

7.1. Présentation

C'est l'Agence Nationale de Développement de la PME²⁷. Elle a été créée par décret exécutif N 05 165 du 03 mai 2005. C'est un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du ministère de l'Industrie de la PME et de la promotion de l'Investissement qui en préside le conseil d'orientation et de surveillance tel que prévu par le décret exécutif N 05 165 du 03 mai 2005.

7.2. Missions

L'ANDPME est l'instrument de l'Etat en matière de mise en œuvre de la politique nationale de développement de la petite et moyenne entreprise. A ce titre l'Agence a notamment pour missions :

- De mettre en œuvre la stratégie sectorielle en matière de promotion et de développement de la PME.
- De mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME et d'en assurer le suivi.
- De promouvoir l'expertise et le conseil en direction des PME.
- De suivre la démographie des PME en termes de création de cessation et de changement d'activités.

²⁷ www.andpme.dz

- De réaliser des études de filières et notes de conjoncture périodiques.
- De collecter, d'exploiter et de diffuser l'information spécifique au domaine d'activité des PME.

8. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)

8.1. Présentation

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement²⁸ est un établissement public administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, chargé, en coordination avec les administrations et organismes impliquées dans le processus de l'investissement. Placée sous la tutelle du Ministre de l'industrie, elle a compétence pour soutenir et accompagner les investisseurs, quel que soit leur nationalité, dans la réalisation de leurs projets d'investissements dans les divers secteurs économiques, hormis les secteurs amont des hydrocarbures, eux-mêmes gérés par un dispositif spécifique.

8.2. Missions

L'ANDI a pour missions:

- l'enregistrement des investissements ;
- la promotion des investissements en Algérie et à l'étranger ;
- la promotion des opportunités et potentialités territoriales ;
- la facilitation de la pratique des affaires, du suivi de la constitution des sociétés et de la réalisation des projets, et l'avancement des projets;
- l'assistance, l'aide et l'accompagnement des investisseurs ;
- l'information et la sensibilisation des milieux d'affaires ;
- la qualification des projets, leur évaluation et l'établissement de la convention d'investissement à soumettre à l'approbation du conseil national de l'investissement;
- la contribution à la gestion, conformément à la législation en vigueur, des dépenses de soutien à l'investissement.

²⁸ www.andi.dz

8.3. Structures décentralisées de l'ANDI

Les structures décentralisées, présentes dans les 58 wilayas de l'Algérie, sont organisées en centres au nombre de Quatre (4), abritant l'ensemble des services et habilités à fournir les prestations nécessaires à la création des entreprises, à leur soutien, à leur développement ainsi qu'à la réalisation des projets. Ces centres se déclinent comme suit:

- le centre de gestion des avantages chargé de gérer, à l'exclusion de ceux confiés à l'ANDI, par la législation en vigueur ;
- le centre d'accomplissement des formalités chargé de fournir les prestations liées aux formalités constitutives des entreprises et à la réalisation des projets ;
- le centre de soutien à la création des entreprises chargé d'aider et de soutenir la création et le développement des entreprises ;
- le centre de promotion territoriale chargé d'assurer la promotion des opportunités et potentialités locales.

9. L'association des femmes Algériennes chefs d'entreprises (SEVE)

9.1. Présentation

Association des femmes algériennes chefs d'entreprises²⁹, créée le 12 juin 1993 à but non lucratif, première association à avoir comme mission, l'intégration de la femme algérienne dans l'écosystème par la création d'entreprises mais aussi par sa participation dans la réflexion, la proposition et le dialogue avec les institutions économiques du pays. Améliorer La condition sociale de la femme par la création de l'emploi à travers l'entrepreneuriat est un objectif au centre des actions de SEVE.

9.2. Missions

La création de SEVE était un acte de courage dans une période sanglante de l'histoire de notre pays. Le dévouement inconditionnel pour le pays animait les actions entreprises par les membres à travers tout le territoire national. Toutes pour accomplir leurs missions :

- Identifier et faire valoir le potentiel du savoir-faire des Femmes chefs d'entreprises dans tous les secteurs d'activités ;

²⁹ <http://www.sevedz.com>.

- Soutenir et accompagner les projets de création d'entreprises en menant des actions d'information, d'orientation et de conseil ;
- Identifier les possibilités de marinage, les opportunités de sous-traitance, de reprise d'affaires et d'investissement ;
- Développer des actions de formation adaptées aux besoins spécifiques de ses membres. Rechercher et aider à mobiliser toutes les possibilités de financement offertes aux Femmes entrepreneurs par les bailleurs de fonds nationaux et internationaux ;
- Organiser et participer à des séminaires, forums nationaux et internationaux pour développer la culture d'entreprise et élargir par cette voie la réflexion et les échanges.

10. Association des Algériennes Managers et Chefs d'Entreprises (AME)

10.1. Présentation

L'Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises³⁰ existe depuis 2005. Depuis qu'avec beaucoup d'émotion le premier pas a été franchi, elle s'est imposée sur le terrain en allant vers les femmes chefs d'entreprises, les femmes managers, les artisanes, les femmes porteuses de projet à travers tout le pays pour les écouter et leur communiquer cette immense ambition, pour construire ce rêve avec elles. Et combien ces rencontres étaient encourageantes, riches, combien elles étaient porteuses d'avenir !

Au niveau des pouvoirs publics, et des institutions du pays, au niveau du monde associatif, l'Association a su convaincre et s'imposer comme une force de proposition reconnue pour la qualité de ses analyses et le caractère novateur de ses propositions. Tout ceci est le résultat de la forte détermination de ses membres, leur engagement en faveur des principes et valeurs de l'Association, la haute moralité qui constitue la pierre angulaire du projet associatif. La rigueur, la transparence, l'éthique, l'autocritique et la fluidité de l'information restent en ce sens nos outils de travail préférés.

Cette association repose sur un fondement clé : libérer les initiatives des femmes, celles en activité, celles porteuses de projets pour à en faire des acteurs fiables de la relance économique nationale. Ainsi le rêve sera réalité.

³⁰ <http://www.ame-dz.com>.

10.2. Objectifs

Projet Associatif lié à une vision moderniste de la femme chef d'entreprise, en fait à une vision moderniste de la société.

Nouveau modèle d'entreprise : entreprise citoyenne et se distinguant par sa bonne gouvernance. Elle prône une entreprise innovante, performante, compétitive et évoluant aux standards d'excellence internationaux.

L'Association de chefs d'entreprises ouvertes sur le monde, innovatrices et en accord avec leur temps : « think global, act local ».

Une Association à l'avant-garde des grands combats de l'entreprise algérienne pour donner à notre pays le rang qui lui revient.

L'Association développer une capacité de conception et d'études prospectives. Elle veut s'imposer comme force de proposition en apportant des visions et approches innovantes, en rupture avec les clichés ambiants.

Pour être crédible et atteindre ces objectifs, l'Association veut incarner le sérieux et la rigueur et s'imposer d'être un modèle de hautes valeurs morales, de transparence et de démocratie.

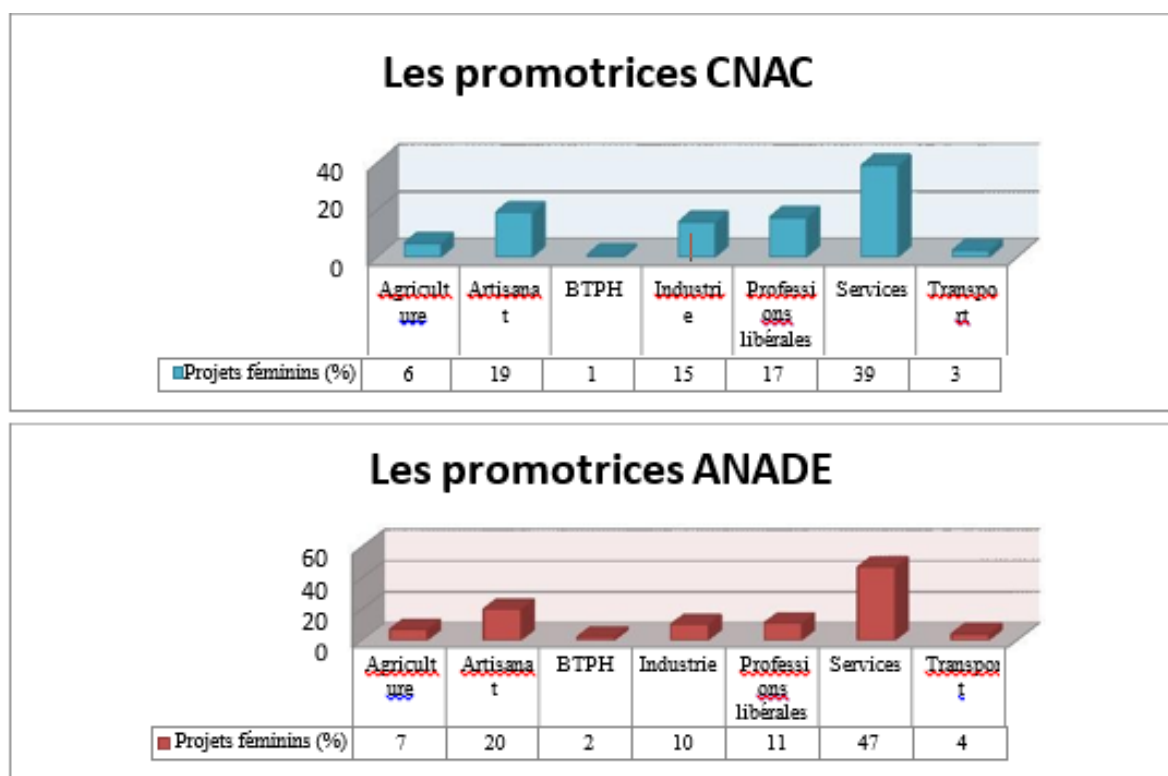
11. Le Financements Des entreprises féminines en Algérie

Le financement des femmes entrepreneures bénéficiaires des dispositifs d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM et CANC) en Algérie et dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

11.1. Les secteurs d'activités des entreprises féminines en Algérie

Les figures suivantes présentent la répartition par secteur d'activité des femmes entrepreneures ANSEJ et CNAC (situation cumulée jusqu'au 30 Juin 2016).

Figures n° 04: Secteurs investis par les femmes promotrices ANADE et CNAC

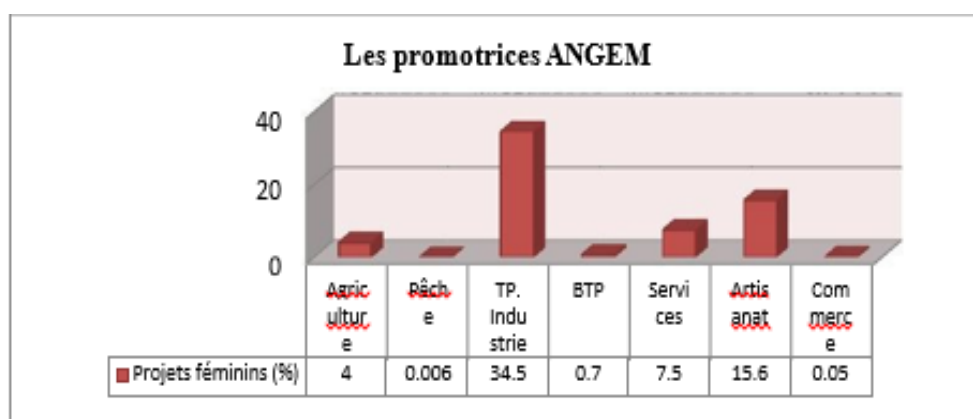


Source : statistiques cumulées ANSEJ et CNAC au 30/06/2016 MIM (2016)

Il est impératif d'attirer l'attention sur le faible recourt des femmes entrepreneures à ces deux dispositifs. Elles sont 36643 femmes à solliciter l'ANSEJ, actuellement dénommée ANADE, pour créer leurs entreprises, soit 10,1% seulement du total des bénéficiaires de ce dispositif (364 445), et 13050 à recourir à la CNAC, soit 9,6% sur un total de 135373 promoteurs CNAC (2016).

Les femmes entreprennent majoritairement dans le secteur des services (47% ANSEJ, 39% CNAC) et le secteur de l'artisanat (20% ANSEJ, 19% CNAC), à la différence des promotrices ANSEJ, les professions libérales et le secteur de l'industrie sont très prisés par les promotrices CNAC, soit 17% contre 11% pour les professions libérales et 15% contre 10% pour l'industrie. Les bénéficiaires des deux dispositifs sont quasi-absentes dans les secteurs du transport et du BTPH (construction).

Figure n°05: Secteurs investis par les femmes promotrices ANGEM



Source : statistiques cumulées ANGEM 2017

Parmi les principaux secteurs préférés des femmes entrepreneures du dispositif ANGEM nous trouvons le secteur de la très petite industrie (34,5%) et le secteur de l'artisanat (15,6%), puis viennent, avec une moindre portion, ceux des services (7,5%) et de l'agriculture (4%).

A l'instar des promotrices ANSEJ et CNAC, les entrepreneures ANGEM sont peu présentes dans le secteur du BTPH (0,7%).

11.2. Etude comparative des dispositifs ANADE, ANGEM, CNAC

Les femmes entrepreneures sont les femmes de la wilaya de Tizi-Ouzou qui, pour créer leurs entreprises, ont sollicité l'un des trois dispositifs étatiques d'aide à la création d'entreprise ANADE, ANGEM et CNAC de la wilaya de Tizi-Ouzou. Elles sont donc toutes des femmes qui ont créé une entreprise dans les secteurs d'activité que financent ces trois dispositifs : l'artisanat, l'agriculture, l'industrie, les services et le BTPH.

Le nombre total de femmes ayant sollicité ces trois organismes s'élève à 11801 femmes, alors qu'elles ne sont que de 3999 femmes immatriculées à la chambre d'artisanat et des métiers et 5262 inscrites au centre national du registre de commerce³¹. Ainsi nous trouverons que la proportion de femmes sollicitant ces dispositifs est la plus élevée avec 56% des projets.

³¹ BEN MAKHLOUF Yasmina, « L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi Ouzou : Analyse de ses indices socio-économiques et limites de son accompagnement », Thèse de doctorat en sciences économiques. Université de Tizi Ouzou. 2019. P171.

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

La population totale cumulée des femmes entrepreneures bénéficiaires des trois dispositifs pour la période 2011-2016 est de 11801 femmes, répartie par dispositif comme suit : 1064 femmes dans le cadre du dispositif ANSEJ, 1044 femmes ont sollicité le dispositif CNAC et 9693 ont créé leur activité dans le cadre du dispositif ANGEM dont 852 femmes ont sollicité le financement triangulaire (ANGEM-banque-promoteur).

Les femmes bénéficiaires du dispositif ANSEJ sont classifiées suivant cinq secteurs d'activités à savoir les secteurs : des services, l'artisanat, l'agriculture, l'industrie et le BTPH.

Les bénéficiaires du dispositif CNAC sont réparties sur six secteurs d'activités à savoir : l'artisanat, l'agriculture, l'industrie, les services, le bâtiment et les travaux publics. Pour les bénéficiaires du dispositif ANGEM, elles sont réparties sur six secteurs d'activité à savoir: l'agriculture, la très petite industrie, le BTPH, l'artisanat, les services et le commerce. Il convient de signaler que pour le dispositif ANGEM.

Le tableau suivant montre la répartition des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou par dispositif et par secteur d'activité.

Tableau n° 03 : Répartition des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou par dispositif et par secteur d'activité.

Secteur d'activité	Dispositif ANADE	Dispositif CNAC	Dispositif ANGEM
Nombre de femmes bénéficiaires			
Services	571	396	16
Agricultures	93	88	160
Industrie	270	394	94
Bâtiment	44	5	58
Artisanat	86	143	167
Commerce	-	-	354
Total	1064	1044	852
Total générale	2960		

Source : données des dispositifs ANSEJ, CNAC et ANGEM de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Section 02 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

L'entrepreneuriat féminin est un phénomène en plein essor en Algérie dépend à la fois de la situation des femmes et de la place de l'entrepreneuriat. Les femmes rencontrent des obstacles spécifiques (tels que les responsabilités familiales) qui doivent être surmontés pour qu'elles aient accès aux mêmes opportunités que les hommes³².

1. Environnement culturel et entrepreneuriat féminin en Algérie

Dans un environnement économique, l'action « entreprendre » est une activité entrepreneuriale difficile. Pour les femmes, s'engager dans l'entrepreneuriat est un vrai défi, sur plusieurs fronts : la famille, la société, les contraintes financières, la bureaucratie et la gestion des entreprises dans un monde de concurrence.

La culture traditionnelle de la société³³, est le facteur le plus contraignant pour une femme entrepreneure en Algérie comme dans tous les pays du Maghreb. Comme mentionné par Grey et Finley-Hervey : « Dans la société marocaine, des valeurs traditionnelles telles que la solidarité, l'honneur, l'obéissance, le respect et l'entraide sont encore présents. Ainsi, la culture marocaine est une culture patriarcale qui a longtemps considéré l'homme comme celui qui commande et la femme celle qui doit lui obéir » (Grey et Finley-Hervey, 2005). D'après Salman et al. (2012), « La majorité des femmes affirme que leur sexe leur a posé problème, que ce soit vis-à-vis de leur entourage proche ou vis-à-vis de l'extérieur. Plus de la moitié des femmes interrogées avoue que le fait d'être une femme a une influence directe sur leur activité en tant qu'entrepreneures».

³² OCDE « promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale, vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée ; entrepreneuriat féminin question et activités à mener », juin 2004.

³³ Boufeldja GHIAT, « Les femmes entrepreneures en Algérie : Contraintes culturelles et désir d'émancipation », www.researchgate.net/publication/325253883. Consulté le 01/10/2021.

2. La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

2.1. Evolution de la population active

En mai 2019, la population Active du moment³⁴, au sens du Bureau International du Travail (BIT), est estimée à 12.730.000 personnes au niveau national, avec une hausse atteignant 267.000 par rapport à septembre 2018 et 304.000 comparativement à avril 2018. La population active féminine a atteint, pour sa part, 2.591.000, soit 20,4% de la population active totale (ONS 2019).

Le taux de participation à la force de travail de la population âgée de 15 ans et plus (ou taux d'activité économique) a atteint 42,2%, enregistrant un gain d'un demi-point (0,5), par rapport à septembre 2018. Décliné par sexe, il est estimé à 66,8% auprès des hommes et à 17,3% chez les femmes (ONS 2019).

2.1.1. Evolution de la population active féminine

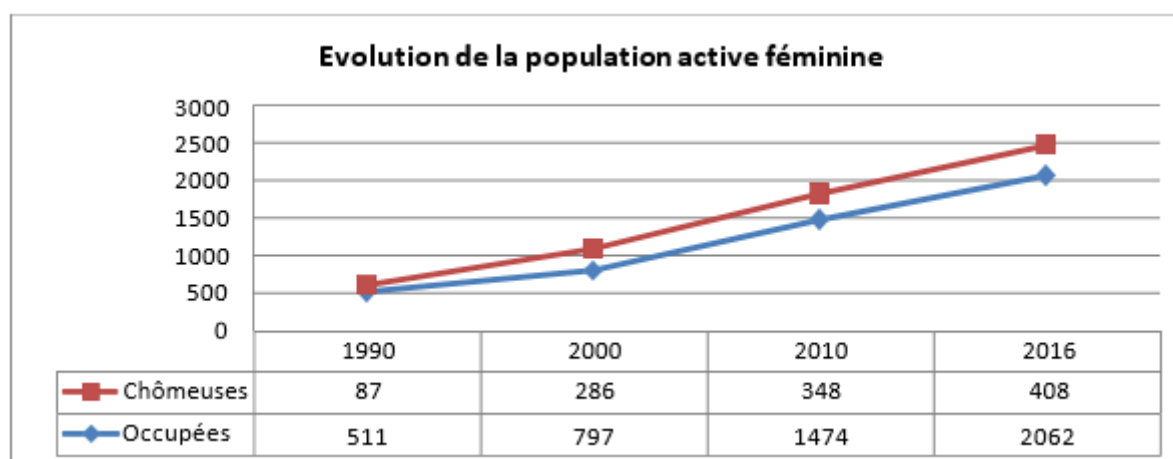
La population active potentielle³⁵ a connu, une évolution assez importante aussi bien du point de vue de ses effectifs que de sa structure par âge, selon le milieu d'habitat (rural, urbain) et le niveau d'instruction.

La figure qui suit représente l'évolution de la population féminine en Algérie, depuis 1990 jusqu'à avril 2016.

³⁴ La population active est la frange de la population en âge de travailler et qui est disponible sur le marché du travail. Elle regroupe la population occupée et la population en chômage.

³⁵ La population active potentielle est constituée de la frange de population en âge de travailler.

Figure n°06 : Evolution de la population active féminine (En milliers)



Source : construit à partir des données de l'ONS

Au cours d'un quart de siècle (1990-2016), le nombre de femmes sur le marché du travail a énormément augmenté; en effet, il a plus que quadruplé entre 1990 et 2016.

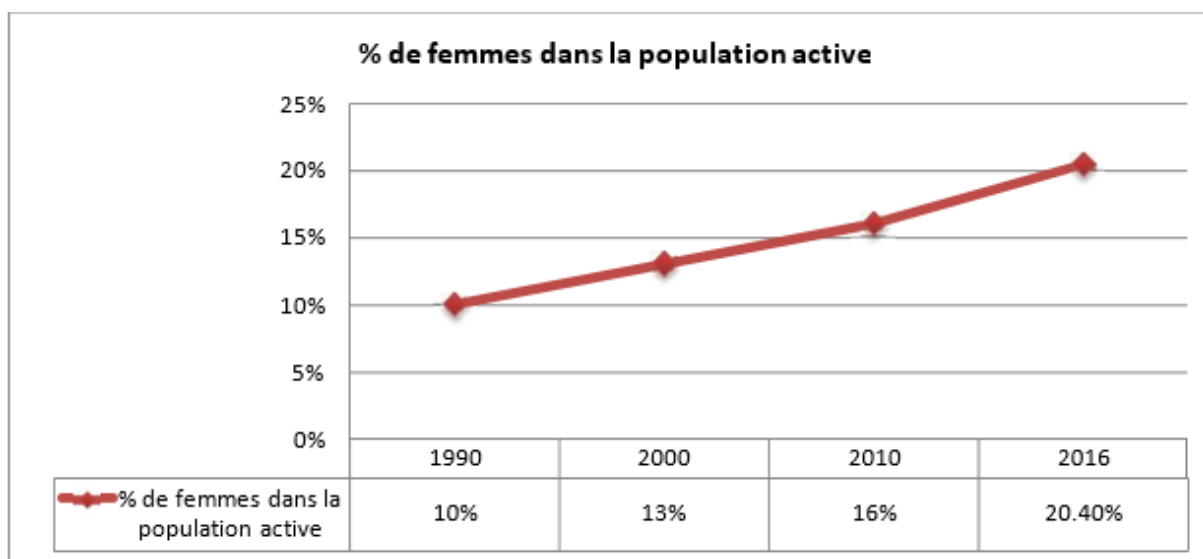
Cette évolution positive de la population active féminine est due à l'amélioration du niveau d'instruction des femmes (le taux d'alphabétisation des femmes en 2015 était de 73,1%), la réduction du poids de la responsabilité familiale, à laquelle s'ajoute la disparition de certaines contraintes socioculturelles dans notre société.

2.1.2. Evolution de la population active totale

Dans la mesure où les enquêtes exhaustives sur l'évolution de la population active en Algérie, elles sont basées sur des déclarations spontanées.

La figure ci-dessous nous montre l'évolution de la population active totale en Algérie depuis 1990 jusqu'à 2016.

Figure n°07 : Evolution de la population active totale



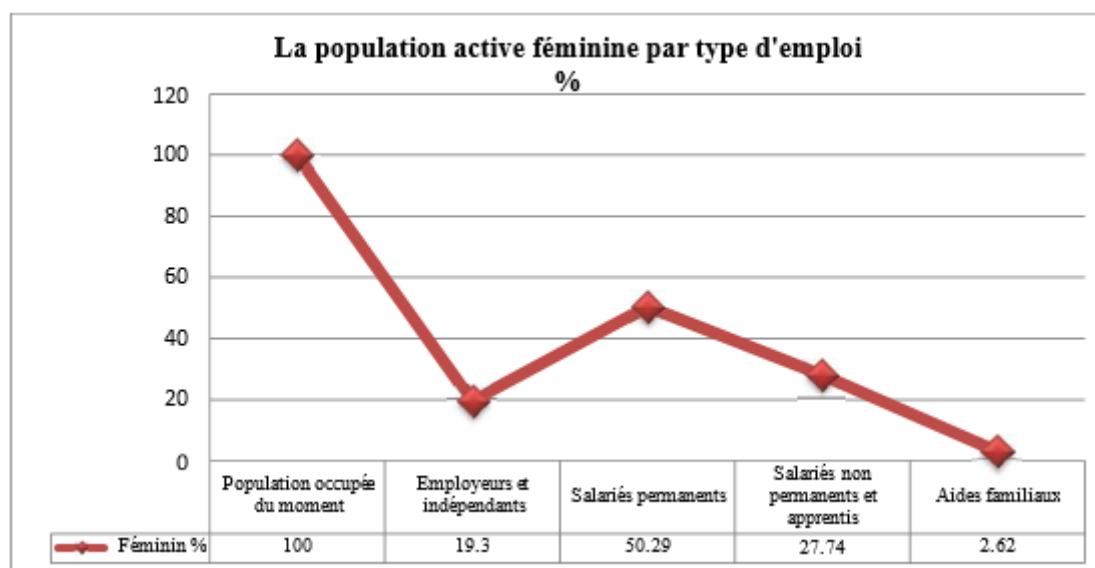
Source : Construit à partir des données de l'ONS

Entre 1990 et 2016, le ratio des femmes dans la population active a connu une évolution considérable, il a doublé, en passant de 10% à 20%. Néanmoins, l'observation des taux de participation des femmes à l'activité économique permet de déceler l'existence d'une discrimination sexuelle sur le marché du travail. En effet, comparativement à leurs analogues masculins, les femmes ne représentent que 20,4% de l'ensemble des occupés en 2016. Il y a donc des défis spécifiques auxquels font face les femmes pour intégrer le marché du travail, ce qui engendre un gaspillage de ressources humaines (Musette, 2013).

2.2. L'activité des femmes en fonction de l'emploi proposé

La figure ci-après nous informe sur la représentation de la population active féminine par type d'emploi au cours de l'année 2016.

Figure n°08: Représentation de la population active féminine par type d'emploi (En milliers)



Source : ONS : «Activité, Emploi et chômage en Avril 2016, N° 748 », p5

En matière d'emploi, la préférence des femmes pourrait aller au salariat permanent, soit 50,29% de la population active féminine. Le travail indépendant (employeur, profession libérale, artisan,...) vient en troisième place après le salariat non permanent (27,74%) avec 19,30% de toute la population active féminine. Ce taux de présence des femmes parmi les travailleurs indépendants peut être justifié par l'existence des différents dispositifs d'aide à la création d'entreprises ainsi qu'à l'augmentation du nombre de diplômées (pour les fonctions libérales).

2.3. Taux d'activité des femmes en fonction de l'âge

Le tableau suivant nous montre la répartition de la population active et le taux d'activité économique en Algérie par groupe d'âge et sexe pour l'année 2019.

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

Tableau n°04: Répartition de la population active et taux d'activité économique par groupe d'âge et genre

	Population active (en milliers)			Taux d'activité économique (en milliers)		
	Masculin	Féminin	Total	Masculin	Féminin	Total
15-19 ans	331	28	359	20,2	1,8	11,2
20-24 ans	1058	223	1281	62,1	13,6	38,4
25-29 ans	1603	561	2164	85,7	33,9	61,4
30-34 ans	1583	516	2099	92,8	30,5	61,7
35-39 ans	1461	414	1875	91,8	25,5	58,6
40-44 ans	1224	335	1559	90,4	23,7	56,4
45-49 ans	1098	260	1358	90,2	19,9	53,9
50-54 ans	863	150	1013	78,6	13,7	46,1
55-59 ans	591	75	666	60,8	8,5	35,9
60 ans et +	327	28	355	15,6	1,4	8,6
Total	10140	2591	12730	66,8	17,3	42,2

Source ONS : « activité, Emploi et chômage en 2019, No 879 », p5

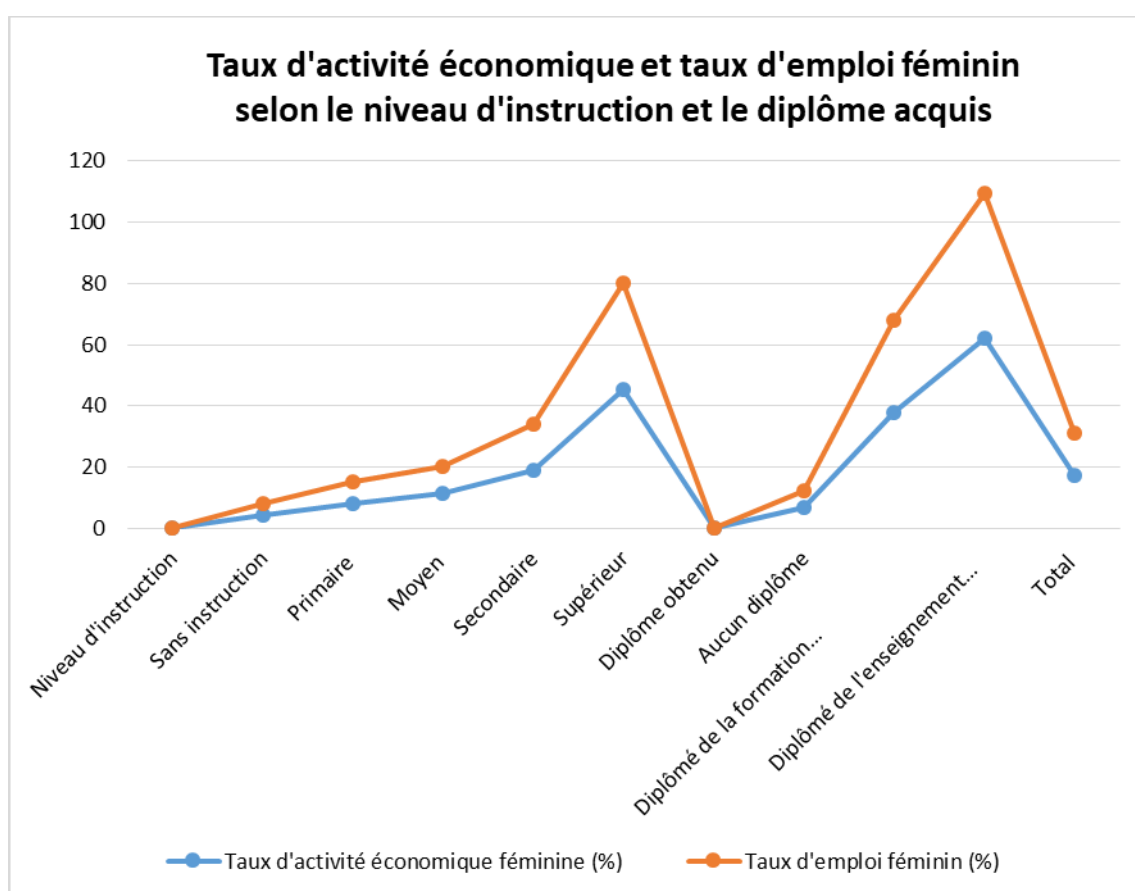
Le taux d'activité économique des femmes est le plus élevé dans la tranche d'âge 25 à 29 ans, 33,9% des femmes de ce groupe d'âge sont sur le marché de l'emploi. Dans cette tranche d'âge les femmes peuvent être, célibataires ou mariées sans enfants. Elles sont, soit diplômées de l'enseignement supérieur, soit diplômées de la formation professionnelle. Le taux d'activité masculine est à son apogée dans la tranche d'âge 45 à 49 ans, 90,2%, d'hommes contre 19,9% pour les femmes de cette même tranche d'âge.

2.4. Evolution de l'emploi féminin

2.4.1. Evolution de l'emploi féminin suivant le niveau d'instruction et le diplôme

La figure suivante nous donne des informations sur le taux d'activité économique et le taux d'emploi selon le niveau d'instruction et le diplôme acquis par les femmes en Algérie, pour l'année 2019.

Figure n°09: Taux d'activité économique et taux d'emploi selon le niveau d'instruction et le diplôme acquis



Source: ONS : « activité, Emploi et chômage en 2019, No 879 », p5

Les femmes actives sont surtout des femmes qui ont poursuivi leurs études. Plus leur niveau scolaire augmente, plus les femmes sont présentes sur le marché de l'emploi. Le taux d'activité est inférieur à 4,1% pour les femmes sans instruction et dépasse 45,4% pour celles qui détiennent un diplôme de l'enseignement supérieur. En valeur absolue également le nombre de femmes qui travaillent augmente avec le niveau d'instruction et le diplôme acquis, 62,2% sont diplômées de l'enseignement supérieur.

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

2.4.2. Evolution de l'emploi féminin par secteur d'activité

Le tableau ci-dessous nous montre la répartition de la population occupée en Algérie pour l'année 2019, selon le secteur d'activité et le genre.

Tableau n°05: Répartition de la population occupée selon le secteur d'activité de l'établissement et le genre.

	Masculin		Féminin		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Agriculture	1006	28	77	14	1083	26
Industrie manufacturière	908	25	389	70	1297	31
Commerce	1684	47	91	16	1775	43
Total	3598	100	557	100	4155	100

Source : ONS:« activité, Emploi et chômage en 2019, No 879», p4

La plus grande part des emplois en Algérie se situe dans le secteur tertiaire commerce, pour 43 % des emplois totaux.

Pour les femmes cela n'est pas vrai puisque 70% des emplois féminins se situent dans le secteur Industrie manufacturière. Le commerce vient en seconde position avec 16% des emplois féminins, elles sont aussi présente dans le secteur agricole avec 14%.

2.4.3. Evolution de l'emploi féminin par secteur juridique

Le tableau suivant nous montre la répartition de la population active féminine selon le secteur juridique et la localisation pour l'année 2019.

Tableau n°06: Répartition de la population active féminine selon le secteur juridique et la localisation (en millier)

	Féminin					
	Urbain		Rural		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Public	3007	32,6	1260	61,1	4267	37,8
Privé-mixte	6212	67,4	802	38,9	7014	62,2
Total	9219	100	2062	100	11281	100

Source : ONS : « activité, Emploi et chômage en 2019, N° 879 », p4

La part de la population active féminine par milieu (urbain, rural), avoisine les 106%, en milieu rural les femmes occupées sont, majoritairement, employées dans le secteur public, soit 61,1% et 32,6% en milieu urbain.

3. Le profil de la femme entrepreneure en Algérie

Le manque d'étude sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie, nous pousse à poser la question sur la réalité de ce phénomène. Une première classification³⁶ du profil socioprofessionnel de la femme chef d'entreprise algérienne à savoir :

3.1. Femme issue d'une construction « familiale »

C'est les femmes qui n'ont pas suivi beaucoup d'étude, mais qui ont travaillé dès leur jeune âge, elles ont un parcours « atypique ». Ya d'autre qui ont créé leur entreprise toujours à un âge jeune, mais cette fois ci avec l'aide de la famille et un capital élevé dès le départ. Ici deux exemples peuvent être donnés sur les femmes qui sont issu d'une construction culturelle familiale qui soutient la femme créatrice d'entreprise, d'une part, la femme héritière d'entreprise

³⁶ Gillet. A, « l'entrepreneuriat des femmes en Algérie : dynamiques économiques et sociales motivation et trajectoire socioprofessionnelle » CNAM-GRIOT, Ed pro manuscripto, Paris, 2003, P 23.

« héritage entrepreneurial d'entreprise », d'autre part, la jeune femme créatrice d'entreprise soutenue d'un réseau familial « tradition familial entrepreneurial ».

3.2. Femme issue du milieu universitaire « un aboutissement logique des études »

Certaines professions sont un aboutissement logique de fin d'étude universitaire (Par exemple les professions libérales, cabinet d'étude ou juridique, etc.). Ces femmes créatrices contribuent, non seulement, à la création d'emploi à travers leur engagement avec d'autres personnes salariées, mais également, à des économies personnelles ou à l'aide de leur famille.

3.3. Femme innovatrice « des idées nouvelles en rupture avec les parcours professionnels antérieurs »

Ce sont les femmes chefs d'entreprise qui développent des idées de produit ou de services nouveaux et qui contribuent énormément à faciliter les évolutions des femmes en Algérie.

3.4. Femme issue du milieu professionnel « la continuité d'expériences professionnelles dans un métier »

C'est les femmes qui ont un parcours professionnel dans une entreprise et qui décident ensuite de créer leurs propres entreprises dans le même domaine professionnel. Le choix de la création est le fruit d'un exercice d'un métier, d'une conviction sociale et des opportunités locales.

4. Les motivations à l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Suites aux travaux déjà réalisés par certains chercheurs, une étude déjà menée pour ensuite arriver aux résultats suivant³⁷ :

La principale motivation des femmes à vouloir entreprendre est le désir d'indépendance contrairement aux hommes à vouloir entreprendre pour le désir de tenir plus d'argent.

Des études de (Cadieux ,2002 ; Holmquist, 1990 ; Kaplan, 1988) ³⁸confirment que les femmes entrepreneures gèrent des petites entreprises pour des objectifs sociaux, alors que leurs

³⁷ Taya.Y, « Intervention de madame TAYA Yamina : Présidente de l'association SEVE (Savoir et Vouloir Entreprendre) », Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Alger, Mars 2008,P 22.

³⁸ Benghabrit, N. Remaoun et Y. Rahou, « Atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin : analyse d'enquête » colloque sur l'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : opportunités contraintes et perspective, Alger, université d'Oran, Mars 2008, Page 18.

homologue masculins ont tendance à accorder une importance aux objectifs économiques (Kent, 1982). Devenir une femme entrepreneure est une question d'identité et d'estime de soi. D'autres femmes décident d'entreprendre afin de concilier entre la vie familiale et la vie professionnelle.

Pour étudier les motivations des femmes à créer leurs entreprises, les recherches ont montré une concentration dans des facteurs de motivation :

4.1. Travailler dans son domaine de compétence

Les femmes qui ont créé une entreprise pour pouvoir travailler dans leurs domaines sont majoritaires, les femmes peuvent à travers l'entrepreneuriat, perpétuer et rentabiliser un savoir-faire familial dans un domaine précis. Il s'agit, souvent d'activités artisanales dans lesquelles certaines familles ont capacités, des compétences spécifiques mais difficilement employable sur le marché du travail.

4.2. Stabilité et meilleur qualité d'emploi

Les femmes entrepreneures algériennes de cette catégorie sont celles qui ont subi une insatisfaction, hormis celle du revenu, dans leur emploi précédent. Ces insatisfactions peuvent être dues à le harcèlement moral ou physique de la femme dans son milieu de travail, au manque d'ascension de la femme dans la hiérarchie (c'est le problème du plafond de verre) essentiellement dans le secteur de l'administration publique (fonction publique), ou encore, à une situation d'ennui du salariat routinier et sans ambition (Rabah, 2006; Gheddache et Tessa, 2012; Gheddache, 2016). Ces femmes ont donc créé leurs entreprises pour contrer ces insatisfactions.

4.3. Disposer d'un revenu

Le troisième facteur qui incite les femmes à créer leurs entreprises est relatif à l'amélioration de leurs niveaux de vie, les femmes espèrent gagner plus d'argent en travaillant pour leurs propres comptes, ce qui est difficilement réalisable dans le monde du salariat.

Il est nécessaire d'indiquer que la motivation pour acquérir un revenu n'est pas la même pour toutes les femmes entrepreneures algériennes. En effet, et comme l'ont montré les résultats du GEM (2011), une partie des femmes algériennes sont motivées à entreprendre « juste pour avoir

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

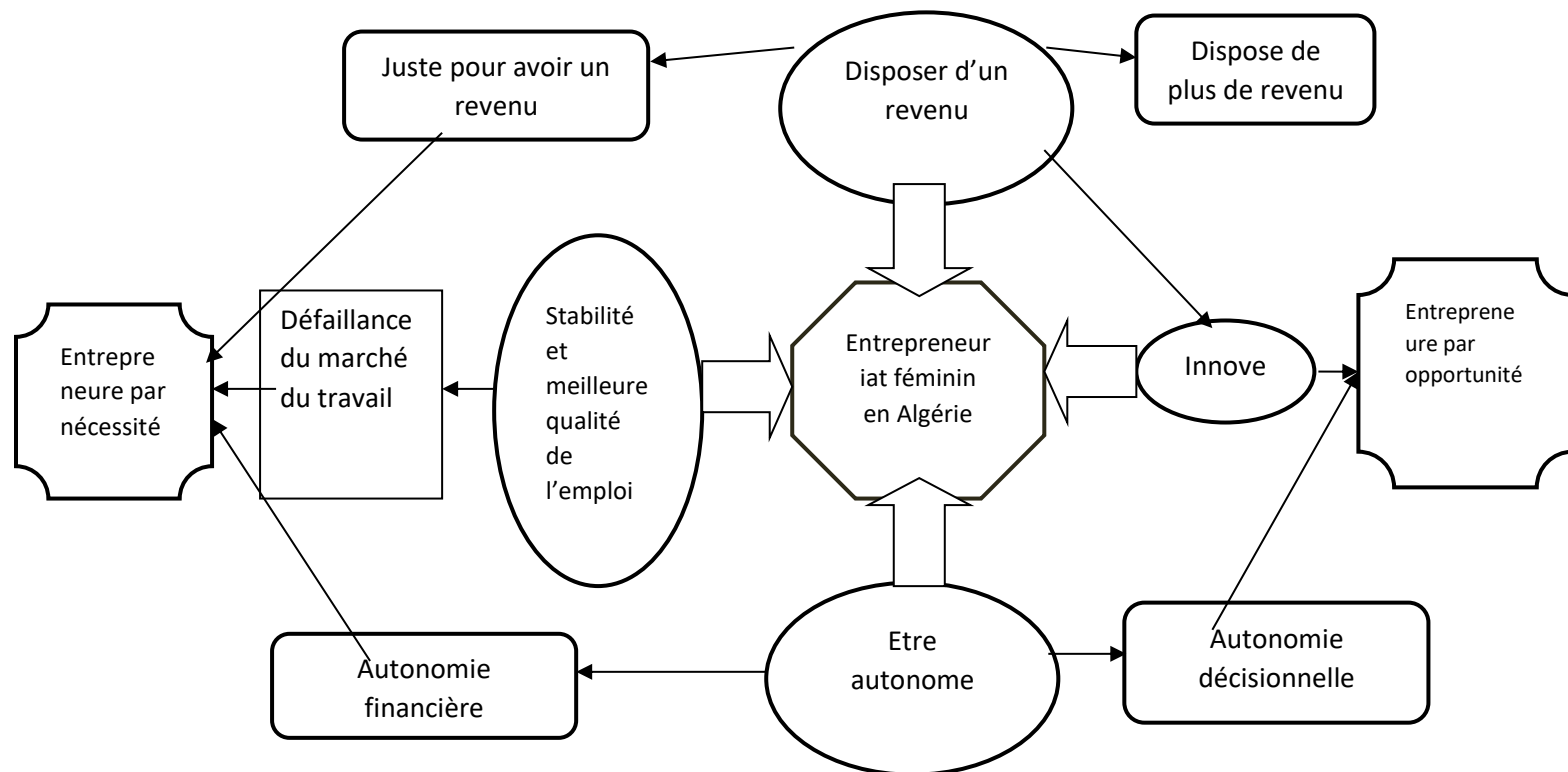
un revenu». Ces femmes trouvent que la création d'entreprise est leur seul moyen de disposer d'un revenu. Elles sont poussées donc à entreprendre plus par nécessité économique.

4.4. Autres facteurs de motivation

Il peut s'agir des femmes qui ont voulu quitter leurs poste à cause de la forte pressions de travail, pour celles-ci il ne s'agit pas du souci de gagner plus d'argent mais de sortir de lassitude dans le salariat. D'autres femmes trouvent l'entrepreneuriat une occasion d'effectuer des travaux professionnels tout en restant proche de leurs familles.

Le schéma suivant résume les motivations de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : ³⁹

Schéma n°04: Les motivations de l'entrepreneuriat féminin en Algérie



Source: BEN MAKHLOUF Yasmina, op.cit

³⁹ BEN MAKHLOUF Yasmina, op.cit. 2019. P125.

5. Les Obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Les femmes algériennes porteuses de projets sont aussi confrontées à plusieurs contraintes qui freinent leurs exercices en tant que femme entrepreneure.

Les obstacles sont présentés comme suit :

5.1. Conciliation vie familiale et vie professionnelle

La majorité des femmes entrepreneures déclarent travailler dure, elles sont amenées à concilier entre l'entretien de leur ménage (les tâches domestiques, les enfants ...) et leur travail au sein de l'entreprise⁴⁰ ;

5.2. Environnement à risque

Les femmes entrepreneures considèrent que l'environnement où elles exercent leurs activités est un environnement hostile (vol, kidnapping, harcèlement).

5.3. Les problèmes d'accès au financement

Par peur du risque ou par leur manque d'expérience dans le domaine des finances de gestion, les femmes entrepreneures algériennes sont relativement réticentes envers le financement externe. Elles sont amenées alors à investir de faibles montants au démarrage et à avoir principalement recours à l'épargne personnelle ou à des prêts informels au -prés de leurs entourage plutôt qu'à des prêts bancaires⁴¹ ;

Aussi nombreuses sont les entrepreneures qui déclarent avoir lancé leurs entreprises à partir d'un capital initial personnel ou familial, souvent très réduit. Le nombre de femmes bénéficiaires des dispositifs publics créés pour faire face aux problèmes du chômage (ANADE, CNAC). Certaines femmes déclarent que ces dispositifs publics ne sont pas adaptés au profil de la femme entrepreneure algérienne qui souvent se lance dans l'entrepreneuriat après avoir acquis une certaine expérience professionnelle. Elles cherchent ainsi à concilier leurs vies personnelles avec leurs aspirations professionnelles. Les retards accumulés dans le traitement

⁴⁰ Benghabrit, N. Remaoun et Y. Rahou, opct, 2008, P18

⁴¹ Taya.Y , opct, 2008, Page 22.

des dossiers est une autre mesure décourageante pour les femmes car, entre-temps, elles demeurent au chômage.

Elles estiment aussi que les banques, qui devraient développer des outils financiers adaptés aux besoins et réalités féminines, ne sont pas attentives aux doléances des promotrices et ne les soutiennent pas.

5.4. Difficultés liées à leur statut de femmes chefs d'entreprises

Les femmes entrepreneures algériennes trouvent du mal à conclure certaines affaires, du fait des difficultés de sortir le soir pour les diners d'affaires, rencontrer des responsables, visiter des salons et des foires à l'étranger.

5.5. Difficultés liées aux stéréotypes et mentalités sociales

Notamment pour les femmes qui investissent des créneaux à connotation masculine (exemple du BTP), les femmes entrepreneures trouvent des difficultés à se faire obéir par leurs ouvriers du sexe opposé).

Ceci nous a permis de conclure que pour être une femme entrepreneur il faut faire face aux contraintes ou facteurs de blocage, et créer un environnement favorable pour les femmes entrepreneures

Les sources de motivation définies sont le besoin d'autonomie, d'indépendance qui caractérise les femmes ayant des expériences professionnelles antérieures. Ce type de femmes à un sentiment de stagnation, ceci les motive alors à créer leur entreprises⁴².

5.6. L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets

Les femmes entrepreneures ont relevé l'absence d'accompagnement et de suivi une fois l'entreprise créée. Il s'agit de services tels que le conseil spécialisé (marketing, juridique, financier, fiscale, etc.), la formation, le coaching et le support des paires. Cet accompagnement est très minime et lorsqu'il est offert, il n'est pas adapté aux besoins des femmes. Ces dernières essaient de développer et renforcer des relations avec les associations d'entrepreneurs et des

⁴² Gheddache.L « études des motivations des femmes à la création d'entreprises », Revue EL-Bahith, 2016, Page 168.

organismes publics et / ou des consultants afin de pouvoir fournir des services de qualité sur le marché.

5.7. L'accès au marché et à l'information

Les femmes entrepreneures soulèvent aussi l'insuffisance de l'accompagnement dans l'accès au marché et les difficultés liées à la recherche de l'information. Il est facile de créer une entreprise mais l'analyse et l'accès au marché restent très difficiles pour les femmes - entrepreneures algériennes.

L'absence de données, la méconnaissance du système administratif et la difficulté d'obtenir des informations fiables supposent des contraintes majeures pour le développement et l'épanouissement des entreprises des femmes.

5.8. L'accès au foncier

Les femmes entrepreneures se trouvent confrontées aussi aux difficultés d'accès au foncier dans les zones d'activité. Certaines entrepreneures reprochent à l'administration de ne pas accorder d'intérêt à leurs projets sous prétexte qu'ils sont de petites tailles. Cette exclusion fragilise leurs activités et réduit leurs opportunités de croissance.

Les femmes entrepreneures algériennes rencontrent plusieurs entraves dans leur quête entrepreneuriale. Du recensement des écrits sur la question (Benghabrit et Rahou, 2006; Taya, 2008; Boughanem, 2008; Dif, 2010; Metaiche, 2013; Gheddache, 2016, OIT, 2017).

Le tableau suivant résume les obstacles que nous venons d'expliquer :

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

Tableau n°07: Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Entrepreneuriat féminin en Algérie	
Accès au foncier	La difficulté d'accès au foncier dans les zones d'activités L'exhérédation de la femme Algérienne.
Accès au financement	Manque de gages Faiblesse du réseau relationnel Convictions religieuses Lenteurs administratives...ect.
Accès aux marchés et à l'information	Non existence de structures internes Faible participation aux réseaux d'affaires.
Auto stéréotypes hétéro stéréotypes	Non-prise au sérieux des femmes entrepreneurs L'idéologie patriarcale Autocensure.
Phénomène de la double journée	Plus de 65 heures par semaine Manque de formation des femmes et manque de compétence de leurs employés.

Source : Elaboré par nos soins

Le tableau suivant montre quelques résultats empiriques de l'entrepreneuriat féminin en Algérie :

Tableau n°08: les résultats empiriques de l'entrepreneuriat féminin.

Nom et Prénom du chercheur	Date, type et lieu de la Recherche	Titre de la recherche	Résumé	Principaux résultats
Claire Bernard, Caroline le Moign Et Jean Paul Nicolat	Document d'étape, Centre d'analyse stratégique, France 2013	L'entrepreneuriat Féminin	Ce document tend à savoir quelles sont les freins spécifiques à l'entrepreneuriat féminin ? Est ce qu'il s'agit de contraintes Sociodémographiques ? Comme le niveau de diplôme ou le nombre d'enfants, ou bien de causes contextuelles comme la conjoncture	Cette étude a prouvé que le taux des femmes entrepreneures reste faible et qu'il existe un « facteur femme ». Ce facteur est le fruit d'une intériorisation des freins qui échapperaient les femmes d'un tel projet.
Typhaine Le bégué,	Article, L'ESCEM, école de management 2011	L'entrepreneuriat féminin	Cette étude repose sur le désir d'indépendance comme une principale motivation des	Les résultats de cette Etudes indiquent que peu d'autocensure chez quelques femmes, cela est dû des fois au

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

			<p>femmes pour entreprendre. D'ailleurs, beaucoup évoquent un manque de reconnaissance, et disent éprouver une frustration</p>	<p>manque du soutien par leur famille. ainsi les risques liés à la création d'une entreprise peuvent aussi les angoisser. Par ailleurs toutes ces femmes ont un capital de départ faible par rapport à celui des hommes. Et hésitent à obtenir de l'aide financières .Par conséquent, les hommes et les femmes n'ont pas les mêmes visions de succès, les femmes veulent gagner l'argent mais ce n'est pas tout pour elle, devenir un chef d'entreprises signifie parvenir à un équilibre entre vie professionnelle et vie privé et contribuer à la vie en société, à travers la création d'entreprises.</p>
Tahirmetaide Fatima	Mémoire de magister en économie université Ain timchounet (Algérie 2010)	Le profil de l'entrepreneuriat féminin en Algérie : une étude exploratoire	<p>Cette étude exploratoire effectuée sur 36 entreprises créés par des femmes algériennes à travers le territoire national. Car l'entrepreneuriat est Réserver extrêmement aux hommes .Jusqu'à les années 80, des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques empêchent les femmes d'investir dans des activités entrepreneuriales. Toutefois, ces trois</p>	<p>L'étude montre que les entraves à l'entrepreneuriat féminin renvoient aux lourdeurs bureaucratiques, au poids des charges fiscales à la difficulté d'accès à la formation et au financement. Ainsi qu'à l'intégration de Réseaux entrepreneur Et de façon surprenante globalement, les femmes entrepreneures ne se sentent pas discrimines. elles estiment avoir acquis un statut dans les</p>

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

			<p>dernières décennies, les entrepreneures femmes représentent une part croissante dans les contingents des chefs d'entreprises dans plusieurs pays. En Algérie, elles en représentent 3,2% selon le registre du commerce. un taux très faible, par rapport à la population féminine total des entrepreneurs Des lors qu'elles sont les entraves qui inhibent les femmes algériennes dans leurs projets entrepreneuriaux.</p>	<p>sociétés et apprécient l'accueil qui leur est réservée par les différents partis prenants.</p>
Taya Yasmina	<p>Communication L'association SEVE (savoir et vouloir entreprendre) Colloque International sur l'entrepreneuriat</p>	<p>L'émergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie, opportunités contraintes et perspectives</p>	<p>Cette recherche traite la problématique de la femme entrepreneur (e) en Algérie issue d'une enquête réalisée auprès de 15 femmes chefs d'entreprises dans la wilaya d'Alger.</p>	<p>Les résultats ont démontré que les femmes entrepreneurs Algériennes rencontre Plusieurs contraintes comme des valeurs socioculturelles négatives, les difficultés d'accès au crédit et au marché</p>
Gillet Anne	<p>Article 2006</p>	<p>Les femmes créatrices de petite et moyennes entreprises en Algérie : motivation parcours Socio professionnels Et stratégies d'existence</p>	<p>L'objet de la recherche porte sur les femmes algériennes créatrices de PME/PMI En Algérie afin d'analyser L'émergence du travail des femmes algériennes dans le secteur de l'entrepreneuriat en se basant sur quatre champs principaux de recherche :</p>	<p>Les résultats de cette recherche indiquent que le recrutement des femmes sont motivées Par des logiques de natures multiples. Elle peut être recrutée pour des qualités Considérées comme liés à sa condition de femme, ou pour cette compétence professionnelle En outre, le poids des</p>

Chapitre II : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin

			l'entrepreneuriat, le travail des femmes, la condition féminine et le rapport social de sexe en Algérie.	réseaux familiaux et sociaux reste forte pour ces recrutements. mais, la condition de femme peut être aussi un frein à son recrutement (traditions, représentations sociales et mentalités organisation du travail notamment dans le secteur industriel.
--	--	--	--	--

Source : réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, I. Berrfas.

Conclusion:

Pour conclure ce chapitre, il y'a lieu de préciser que le marché du travail algérien est bouleversé par une arrivée massive des femmes entrepreneures, celles-ci entreprend généralement dans le secteur de l'artisanat, des services et/ou du commerce.

Les motivations qui poussent les femmes algériennes à entreprendre sont de nature à vouloir améliorer leurs situations économiques et sociales. Ainsi, ces premières peuvent être au nombre de quatre: avoir un revenu ou plus de revenu, avoir un emploi décent, être autonome financièrement et dans la prise de décision et enfin innover. L'entrepreneuriat féminin en Algérie peut être entravé par: La difficulté d'accès au financement ; la difficulté d'accès aux marchés; l'asymétrie informationnelle, la difficulté de concilier vie professionnelle et vie familiale et enfin, l'inaccessibilité du foncier.

L'accompagnement accordé aux femmes entrepreneures, notamment celui que leur concèdent les dispositifs (ANADE, ANGEM et CNAC), de par sa qualité peut générer ou pas une évolution du taux de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Introduction :

Depuis la fin des années quatre-vingt, l'Algérie se trouve face à la problématique de l'emploi notamment chez les jeunes et au développement de la précarité alors qu'elle enregistre des ressources financières importantes provenant essentiellement des exportations et de la fiscalité pétrolières. Ces données associées à une situation sociale et variée, ont poussé les Pouvoirs publics à prendre diverses mesures, approuver un certain nombre d'actions économiques et mettre en place des dispositifs visant à créer de la croissance, générer des emplois et consolider les progrès socio-économiques.

Parmi ces dispositifs, on distingue à leurs tête l'ANSEJ renommé ANADE, Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'Entrepreneuriat. Pour concrétiser son projet, l'entrepreneur s'engage dans un processus de création d'entreprise dans une activité donnée en exploitant ses ressources, ses connaissances acquises soit avec les autres (amis et voisins) soit avec un membre de la famille.

La femme entrepreneure est influencée par son environnement de proximité et sa famille, elle dépend aussi de son environnement socioculturel.

L'analyse des résultats de l'enquête nous permet d'identifier les caractéristiques de ses dernières. Les entraves et les motivations ainsi le moteur qui lance de ces jeunes entrepreneures à explorer l'univers de l'entrepreneuriat.

L'objet de ce chapitre est d'analyser les résultats de données fournies par le dispositif ainsi de montrer sa contribution dans le financement et l'encouragement de la femme au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou. Dans la première section nous traitons la présentation de l'organisme d'accueil, ensuite dans la deuxième section nous analysons les résultats de l'enquête établie à l'aide d'un questionnaire.

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil A.N.A.D.E, Ex ANSEJ.

L'ANADE a adopté un mode d'organisation adapté à sa mission d'accompagnement des jeunes porteurs de projets en relation avec leur environnement économique et social.

L'organisation mise en place est centrée sur l'accompagnement et favorise l'initiative locale.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

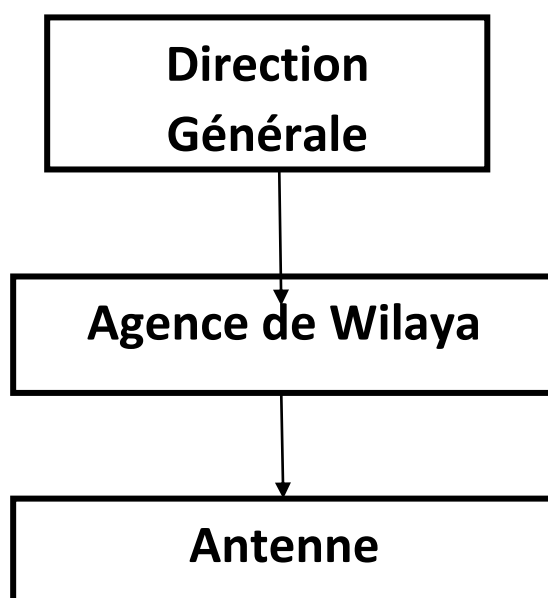
La Direction Générale s'attache à développer des activités en matière d'engineering des processus et des méthodes d'accompagnement et de formation.

Au niveau local, la mise en œuvre du dispositif est assurée par les agences installées au niveau de chaque wilaya, auxquelles sont rattachées des antennes implantées dans certaines localités.

1. Présentation de l'Organisation de l'Agence Nationale d'appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE)

1.1. Organigramme de l'agence Nationale d'appui et de Développement de l'Entrepreneuriat

Schéma n°05 : Organigramme de l'ANADE



Source : Données ANADE

1.2. Présentation du l'A.N.A.D.E

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes, par abréviation ANSEJ, créée en 1996, est un organisme public à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministre de la micro-entreprise, des start-up et de l'économie de la connaissance.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

L'ANSEJ accompagne les porteurs de projets pour la création et l'extension des micro-entreprises de production de biens et de services.

L'ANSEJ dispose d'un réseau de 51 antennes, implantées dans toutes les wilayas du pays, ainsi que des annexes situées dans les grandes localités.

➤ **L'ANADE a pour objectifs**

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

➤ **L'ANADE a pour missions**

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs à la création d'activités ;
- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités ;
- Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banques, impôts, CNAS et CASNOS, etc.) ;
- Développer un partenariat intersectoriel pour l'identification des opportunités d'investissement – divers secteurs ;
- Assurer une formation sur la technique de gestion de la micro-entreprise au profit des jeunes promoteurs ;
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures pour la promotion de la création et l'extension d'activité.

A noter, un décret officialisant la nouvelle dénomination de l'ANSEJ est venu, le 22 novembre 2020 modifier et compléter le décret exécutif du 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de cette agence.

En ce sens, l'ANADE hérite des missions fixées par les anciens statuts, mais elle est également chargée de :

- Mettre en œuvre toute mesure de nature à permettre la mobilisation et l'utilisation, dans les délais impartis, de ressources extérieures destinées au financement de la

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

création d'activités en faveur des jeunes, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur», lit-on dans le JO (journal officiel) ;

- Elaborer la cartographie nationale des activités pouvant être créées par les jeunes promoteurs et sa mise à jour périodiquement, conjointement avec les secteurs concernés, d'encourager la mise en place et le développement des écosystèmes en fonction des opportunités d'investissement offertes par les différents secteurs et qui répondent aux besoins du marché local et/ou national ;
- De veiller à la modernisation et à la normalisation du processus de création, d'accompagnement et de suivi des microentreprises ;
- L'ANADE est aussi chargée d'élaborer, de développer des outils de Business Intelligence, dans une démarche prospective, dans le but d'un développement économique équilibré et efficace. De moderniser et de numériser les outils de gestion de l'agence et du dispositif de création des microentreprises ;
- Encourager l'échange d'expérience à travers les programmes des organismes internationaux et des partenariats avec les agences étrangères d'appui et de promotion de l'entrepreneuriat et de la micro-entreprise, et d'assurer la gestion des micro-zones d'activités spécialisées, aménagées au profit des micro-entreprises.

Cette batterie de missions dont est chargée l'ANADE justifie le changement de dénomination d'une agence qui avait évolué sous la coupe du ministère du Travail depuis sa création jusqu'à mai dernier. Le rattachement de l'ANSEJ au ministère de la micro-entreprise, des Start-ups et de l'Economie de la connaissance ne pouvait être accompli sans une dénomination revue, corrigée et, surtout, porteuse d'une stratégie neuve pour le monde de l'entreprise.

La notion de l'entreprise qui y a prévalu à ce jour, se soldant par beaucoup plus d'échecs que de succès pour les 400 000 projets créés depuis 1996, pour un montant de 334 milliards dinars, selon les chiffres livrés par les parties concernées.

A ce jour, le déficit de crédibilité dont a souffert l'ANSEJ durant 24 années d'existence continue à faire parler de lui, et les problèmes de finances, et autres, mis en avant par les promoteurs de micros-entreprises ayant souscrit à ce dispositif confirment chaque jour que la stratégie mise en place a été un échec. Des jeunes chefs d'entreprise ont accédé à ce statut sans jamais être passés par un emploi préalable et, pire, qui n'ont bénéficié d'aucun accompagnement en matière de gestion de leur projet, qu'il s'agisse de montage, de mise en marche ou de gestion.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

C'est pourquoi la question qui se pose aujourd'hui est celle qui consiste à savoir si les dysfonctionnements du dispositif ANSEJ seront bannis à travers les missions qui sont dévolues à l'ANADE. Autrement dit, il s'agit de savoir si avant d'être rebaptisée, l'ANSEJ a été soumise à une évaluation en conséquence, de sorte à mettre fin aux dysfonctionnements qui peuvent permettre d'en venir à bout et de placer l'ANADE en position idoine pour mener à bien ses missions.

2. Aides financières et avantages fiscaux accordés par le dispositif ⁴³

Le jeune promoteur bénéficie d'aides financières et d'avantages fiscaux au moment de la réalisation de son projet tant en phase de création qu'en phase d'extension des capacités de production.

2.1. Aides financières

- Prêt non rémunéré.
- Prêt non rémunéré supplémentaire si nécessaire pour le financement triangulaire.
- Taux d'intérêt bancaire bonifié à 100%.

2.2. Avantages fiscaux

2.2.1. Durant la phase de réalisation de l'investissement

Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création d'une activité industrielle.

Exonération des droits en matière d'enregistrement pour les actes constitutifs de sociétés.

Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

2.2.2. Durant la période d'exploitation et à partir du démarrage de l'activité

⁴³ Données ANADE

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de constructions pour une période de « 03 ans, 06 ans ou 10 ans », selon le lieu de l'implantation du projet, et ce, à compter de la date de sa réalisation.

Exonération totale de l'Impôt Forfaitaire Unique(IFU) ou de l'imposition d'après le régime du bénéfice réel pour une période de « 03 ans, 06 ans ou 10 ans », selon le lieu de l'implantation du projet, et ce, à compter de la date de sa mise en exploitation.

Cette période d'exonération peut être prorogée de deux (2) années, lorsque le promoteur s'engage à recruter au moins trois (3) employés à durée indéterminée. Le non-respect des engagements liés au nombre d'emplois créés entraîne le retrait des avantages et le rappel des droits et taxes qui auraient dû être acquittés.

Toutefois, les investisseurs -personnes physiques au titre de l'impôt forfaitaire unique- demeurent assujettis au paiement d'un minimum d'imposition correspondant à 50% du montant de l'IFU (10 000 DA), prévu dans le code des impôts, pour chaque exercice, et ce, quel que soit le chiffre d'affaires réalisé.

3. Les conditions de création de l'entreprise

Pour créer son entreprise, le promoteur doit remplir les conditions suivantes :

- Être âgée entre 19 et 40 ans ;
- Avoir une qualification professionnelle en relation avec l'activité envisagée ;
- Participer par un apport personnel pour le financement de son projet.

3.1. Les démarches de création d'entreprise

La création d'entreprise comporte plusieurs étapes que le promoteur devra traverser. Afin de mesurer ces capacités à entreprendre, un entrepreneur devra être en connaissance de ses points forts et ces points faibles, son savoir-faire et ses capacités à gérer les contraintes. Avec l'accompagnement de L'ANSEJ/ ANADE, le promoteur aura à traiter plusieurs points tels :

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

3.1.1. L'idée

L'idée du projet est le résultat de nombreuses recherches et interrogation sur la viabilité et la faisabilité du projet, qu'elle naisse d'une expérience, d'un savoir-faire, d'une imagination ou d'un simple concours de circonstance, qui est au départ un désir qui s'approfondit avec le temps.

3.1.2. L'élaboration du projet

Cette étape comprend cinq grands volets, à savoir :

- Le volet économique qui définit exactement le produit, les concurrents, les clients, puis établir une stratégie commerciale et élaborer un prévisionnel des ventes ;
- Le volet humain qui définit les besoins en ressource humaine ;
- Le volet technique qui s'intéresse à sélectionner le matériel et les équipements adéquats au projet et estimer les quantités à produire ;
- Le volet financier permettant de réaliser une étude financière pour vérifier la cohérence des besoins ainsi que la viabilité du projet ;
- Le volet juridique afin de choisir le statut juridique (Personne physique ou personne morale).

3.1.3. Le montage de l'entreprise

Le créateur doit établir un planning des tâches bien articulées, de réalisation de son projet.

3.1.4. Le démarrage de l'entreprise

Le créateur d'entreprise dans cette étape sera confronté à la réalité du marché, il devra mettre en place tous les moyens nécessaires pour analyser et corriger les éventuels écarts.

4. Les différents modes de financement d'un projet

Pour financer son projet, un entrepreneur peut faire face à deux modes de financement que l'ANSEJ/ANADE met à sa disposition, à savoir :

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

4.1. Le financement triangulaire

Ce financement fait participer trois acteurs dans l'investissement du projet :

- La banque avec un crédit de 70% (Un prêt bancaire bonifié à 100%) ;
- L'ANADE avec un prêt sans intérêt de 15% à 25% ;
- Le promoteur avec un apport personnel de 5% à 15%.

➤ Structure du financement triangulaire

Tableau n° 09 : Financement triangulaire : cas d'un jeune étudiant/chômeur

Montant de l'investissement	Prêts non rémunéré (ANADE)	Apport personnel	Crédit bancaire
Jusqu'à 5.000.000DA	25 %	5%	70%

Source : Données ANADE

Tableau n°10 : Financement triangulaire : cas d'un salarié

Montant de l'investissement	Prêts non rémunéré (ANADE)	Apport personnel	Crédit bancaire
De 5.000.001 à 10.000.000 DA	15%	15%	70%

Source : Données ANADE

4.2. Le financement mixte

Ce financement (biparti) fait appel à deux acteurs :

- Le promoteur avec un apport personnel de 50% du montant d'investissement;
- L'ANADE avec un prêt sans intérêt de 50%

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

➤ Structure du financement mixte

Tableau n° 11 : Financement mixte

Montant de l'investissement	Prêts non rémunéré (ANADE)	Apport personnel
Jusqu'à 5.000.000DA	50%	50%

Source : Données ANADE

4.3. L'autofinancement

Ce type de financement désigne le financement des projets de l'entreprise sans faire appel à des ressources extérieures : ses plus-values, son épargne, ses capitaux propres et son amortissement comptable.

➤ Structure de la création de micro-entreprise en type autofinancement

Tableau n° 12 : Création de micro-entreprise en type autofinancement

Montant de l'investissement	Apport personnel
Jusqu'à 10.000.000 DA	100%

Source : Données ANADE

5. La maison de l'entrepreneuriat

5.1. Bref historique

Le rapprochement de l'ANSEJ avec les établissements universitaires, a commencé depuis sa création, à travers l'organisation de journées d'information sur le dispositif de création de micro-entreprises, au profit des universitaires.

Cette relation a été consolidée grâce à la mise en place d'une maison de l'entrepreneuriat en 2007, au sein de l'université de Constantine en partenariat avec l'Université Pierre Mendès - France de Grenoble, ce qui a permis de capitaliser et de développer l'expérience acquise en matière de promotion de l'esprit d'entrepreneuriat en milieu universitaire, à travers la conclusion de conventions de partenariat entre l'ANSEJ et les établissements universitaires.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

5.2. Missions principales

- Diffusion de la culture entrepreneuriale par la sensibilisation ;
- Formation des étudiants à l'entrepreneuriat ;
- Pré-accompagnement des étudiants porteurs de projets ;

5.3. Activité de la maison de l'entrepreneuriat

Les actions réalisées par la maison de l'entrepreneuriat s'appuient sur un programme annuel décliné ainsi :

- Journées d'information et de sensibilisation, à caractère général;
Séminaires et journées d'étude sur l'entrepreneuriat;
- Universités d'été : cursus sur la création d'entreprise, avec la participation des partenaires de l'ANADE;
- Tables rondes thématiques sur l'émergence de l'idée du projet, étude de marché, montage financier, le business plan...;
- Concours de la meilleure idée;
- Sessions de formation sur la démarche entrepreneuriale, la méthode TRIE-CREE du BIT et le business Model Generation (BMG);
- Concours des meilleurs business plans.

5.4. Organisation de la maison de l'entrepreneuriat

Depuis la signature de la convention cadre de partenariat entre le Ministère du Travail de l'Emploi et de la Sécurité Sociale et le Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche Scientifique le 09 mars 2017, l'organisation de la maison de l'entrepreneuriat s'articule autour d'un comité national mixte et de Comités locaux mixtes chargés de la définition des programmes d'action et du suivi de leur mise en œuvre.

➤ **Le comité national mixte est constitué des membres suivants**

- Deux (02) représentants du Ministère du Travail, de l'emploi et de la Sécurité Sociale;
- Quatre (04) représentants du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique;
- Deux (02) représentants de l'Agence Nationale de Soutien à l'emploi des jeunes.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Ce comité est chargé d'élaborer un règlement intérieur fixant les modalités de son fonctionnement.

Aussi, ce dernier élabore un rapport annuel sur l'état de mise en œuvre des programmes, qu'il transmet aux ministres chargés du Travail, de l'emploi et de la Sécurité Sociale et de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique.

➤ **Le comité local mixte au niveau de chaque institution universitaire est constitué des membres suivants :**

- Un (01) représentant de la Direction de l'Emploi de Wilaya;
- Deux(02) représentants de l'Antenne locale de l'Agence Nationale de Soutien à l'emploi des jeunes;
- Trois(03) représentants des universités concernées.

Dans le cas de plus de trois institutions universitaires au niveau de la wilaya, un représentant de chaque institution est nommé au niveau du Comité local mixte, en tenant compte de la spécificité de l'institution.

Ces comités sont chargés de l'élaboration d'un rapport annuel qu'ils transmettent au comité national.

5.5. Elargissement de l'expérience et Bilan des maisons de l'entrepreneuriat

Le concept de la maison de l'entrepreneuriat a été généralisé au début de l'année 2014, après la réalisation d'un programme de formation d'animateurs des maisons de l'entrepreneuriat, à raison d'un animateur par antenne.

On compte aujourd'hui 75 maisons de l'entrepreneuriat implantées au sein des pôles universitaires et grandes écoles au niveau de tout le territoire national, animées par des formateurs certifiés par le Bureau International du Travail (BIT), afin d'assurer au mieux les missions et activités des maisons de l'entrepreneuriat et veiller à la vulgarisation de l'esprit entrepreneurial.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

6. Données ANADE

6.1. Principales orientations du dispositif par rapport au financement

- Orientation du dispositif vers des activités créatrices de richesse et d'emplois, à l'effet de contribuer à la réduction du chômage, à la diminution de la pauvreté, à la participation au développement local et à la baisse de la facture des importations ;
- Réduction des inégalités sociales ;
- Diversification des activités des promoteurs dans le sens des priorités retenues par le programme gouvernemental en matière de développement de filières (industrie, agriculture, environnement, TIC, tourisme, etc.) ;
- Encouragement de la création de projets innovants et de qualité et à forte valeur ajoutée (TIC et start-up) en privilégiant les jeunes diplômés de la formation professionnelle et des universités ;
- Régulation des activités selon les besoins économiques locaux et du pays;
- Encouragement de l'entrepreneuriat féminin à travers un accompagnement spécifique ;
- Accompagnement des promoteurs en post-crédation (commande publique, signature).

6.2. Projets financés du dispositif pour l'année 2016

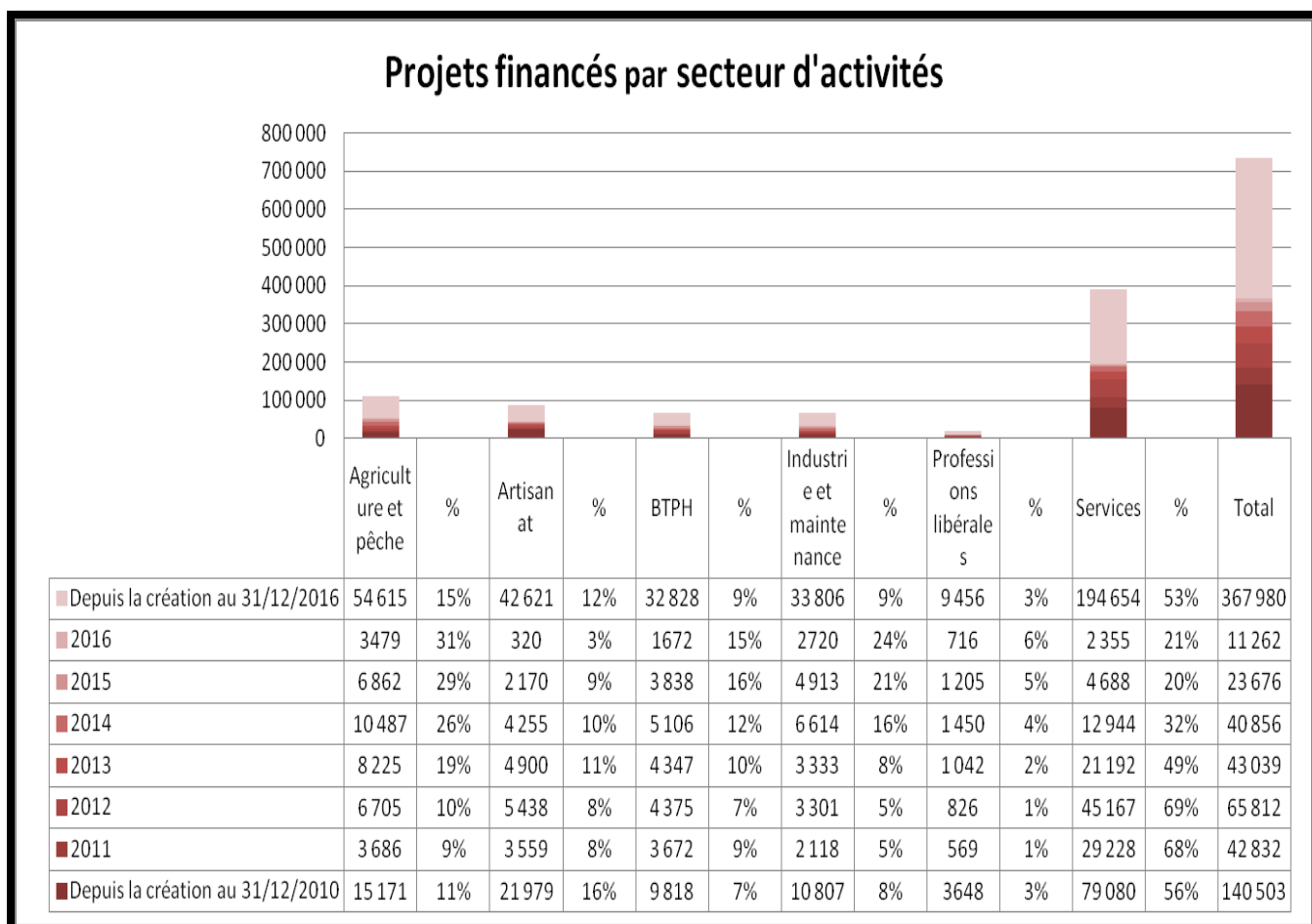
En moyenne 45 projets sont financés par jour.

- 66% des projets financés sont des jeunes issus de la formation professionnelle.
- 18% des projets financés sont des universitaires.
- 65% des projets financés ont un montant d'investissement inférieur à 5 millions de dinars.
- 14% des projets sont financés au profit des femmes.
- 92% des promoteurs financés ont moins de 35 ans.
- 02% des projets sont financés en extension.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

➤ Projets financés par secteur d'activité

Figure n°10 : Projets financés par secteur d'activités par le dispositif ANADE



Source : réalisé par nos d'après les données ANSEJ

Les résultats affichés dans le tableau ci-dessus confirment les nouvelles orientations du dispositif en termes d'activités à financer.

La part de l'agriculture est passée de 26% en 2014, à 29% en 2015 et à 31% en 2016.

La part du BTPH est passée de 12% en 2014, à 16% en 2015 et à 15% l'année 2016.

La part de l'industrie et maintenance est passée de 16% en 2014, à 21% en 2015 et à 24% en 2016.

La part des professions libérales est passée de 4% en 2014, à 5% en 2015 et à 6% en 2016.

**Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de
L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

Compte au secteur des services, le taux de financement est en nette régression, passant de 32% en 2014, à 21% en 2016.

➤ **Projets financés dans le secteur des TIC**

Tableau n°13 : Projets financés dans le secteur des TIC par le dispositif ANSEJ

Total projets financés	Projets financés TIC	Taux (%)	
Depuis la création au 31/12/2010	140 503	6 858	5%
2011	42 832	451	1%
2012	65 812	616	1%
2013	43 039	591	1%
2014	40 856	750	<u>2%</u>
2015	23 676	655	<u>3%</u>
2016	11 262	628	<u>6%</u>
Depuis la création au 31/12/2016	367 980	10 549	3%

Source : ANSEJ

L'encouragement de la création de projets innovants et de qualité et générateur d'une valeur ajoutée (TIC et start-up) à travers un accompagnement spécifique réservé aux diplômés universitaires a permis de relever la part des projets financés dans ce secteur de 2% en 2014, à 3% en 2015 et 6% en 2016.

**Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de
L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

➤ Projets financés par niveau d'instruction :

Tableau n° 14 : Projets financés par niveau d'instruction par le dispositif ANSEJ

Niveau d'instruction	Formation professionnelle	%	Universitaire	%	Total projets financés
Depuis la création au 31/12/2010	33 561	24%	14 747	10%	140 503
2011	6 920	16%	2 906	7%	42 832
2012	10 469	16%	3 371	5%	65 812
2013	10 675	25%	2 964	7%	43 039
2014	13 737	<u>34%</u>	3 539	<u>9%</u>	40 856
2015	11 979	<u>51%</u>	3 024	<u>13%</u>	23 676
2016	7 451	<u>66%</u>	2 001	<u>18%</u>	11 262
Depuis la création au 31/12/2016	94 792	26%	32 552	9%	367 980

Source : ANSEJ

Le taux des projets dont les promoteurs financés sont issus de la formation professionnelle est passé de 25% en 2014, à 43% en 2015 et à 66% durant l'année 2016.

Le taux des promoteurs universitaires est passé de 8% en 2014, à 13% en 2015 et à 18% durant l'année 2016.

Le taux des promoteurs issus de la formation professionnelle et des universitaires représente 84% des projets financés de l'année 2016.

**Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de
L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

➤ Projets financés en extension :

Tableau n° 15 : Projets financés en phase d'extension par le dispositif ANSEJ

	Total projets financés	Projets Extension	Taux (%)
Depuis 2004 au 31/12/2010	140 503	2 441	2%
2011	42 832	606	1%
2012	65 812	627	1%
2013	43 039	501	1%
2014	40 856	462	<u>1%</u>
2015	23 676	256	<u>1%</u>
2016	11 262	196	<u>2%</u>
Depuis 2004 au 31/12/2016	367 980	5 089	1%

Source : ANSEJ

La grande partie des microentreprises financées en extension est passée au statut de PME, vu le nombre important d'emplois créés (15.697 emplois).

**Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de
L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

➤ **Impact emplois**

Tableau n° 16 : Impact et emplois par le dispositif ANSEJ

Période	Impact emplois	%
Depuis la création au 31/12/2010	392 670	44,71%
2011	92 682	10,55%
2012	129 203	14,71%
2013	96 233	10,96%
2014	93 140	<u>10,61%</u>
2015	51 570	<u>5,87%</u>
2016	22 766	<u>2,59%</u>
Depuis la création au 31/12/2016	878 264	100%

Source : ANSEJ

Le nombre d'emplois généré au démarrage par les projets financés depuis la création est de l'ordre de 878 264 emplois.

Pour la période 2014-2016, 167 476 emplois ont été générés par les projets financés, soit 20% du total des emplois créés par l'ANADE depuis sa création.

Le dispositif ANADE aide dans le développement économique et social et accorde aux femmes la possibilité dans la société de se présenter autant qu'entrepreneures capable de prendre le risque de créer des entreprises à différentes vocations. Permet ainsi aux femmes d'être un facteur de lutte contre la pauvreté et le chômage en créant plusieurs postes d'emplois. De même le dispositif permet de former les entrepreneurs à créer leur entreprise en particulier les femmes d'entre eux.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Section 02 : L'entrepreneuriat féminin dans le dispositif ANADE et la wilaya de Tizi-Ouzou

L'entrepreneuriat des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou ne réside pas seulement dans l'étude des données statistiques du dispositif ANADE. Mais il existe bien d'autres femmes créatrices de projet d'entreprise.

Le dispositif d'accompagnement générique l'ANADE crédibilise le projet et son porteur, notamment vis-à-vis des établissements financiers sollicités, du fait de la présence d'un fond de garantie de risque/crédit qui assure le remboursement du crédit en cas de défaillance de porteur de projet. Ce rôle facilitateur est d'autant plus net qu'aucune des accompagnées ne s'est plainte de difficultés spécifiques au cours de l'accompagnement.

L'objectif de la section, est de présenter l'entrepreneuriat féminin dans le dispositif ANADE, ainsi sa participation dans le financement des projets féminins, tout en précisant les difficultés auxquelles on est confrontées lors de la collecte des informations nécessaires pour pour notre travail de recherche, tout en se basant sur les données d'ANSEJ car l'ANADE est nouvellement créée.

**Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de
L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

1. Projets financés au profit des femmes

Tableau n° 17 : Projets financés féminins par le dispositif ANSEJ

	Total projets financés	Projets financés femmes	Taux de féminité
Depuis la création au 31/12/2010	140 503	18 375	13%
2011	42 832	2 951	7%
2012	65 812	4 477	7%
2013	43 039	3 526	8%
2014	40 856	3 665	<u>9%</u>
2015	23 676	2 645	<u>11%</u>
2016	11 262	1 550	<u>14%</u>
Depuis la création au 31/12/2016	367 980	37 189	10%

Source : ANSEJ

Le taux des projets financés au profit des femmes a connu une importante progression passant d'une moyenne de 7% durant la période (2010-2013) à 9% en 2014, 11% en 2015 et à 14% au courant de l'année 2016.

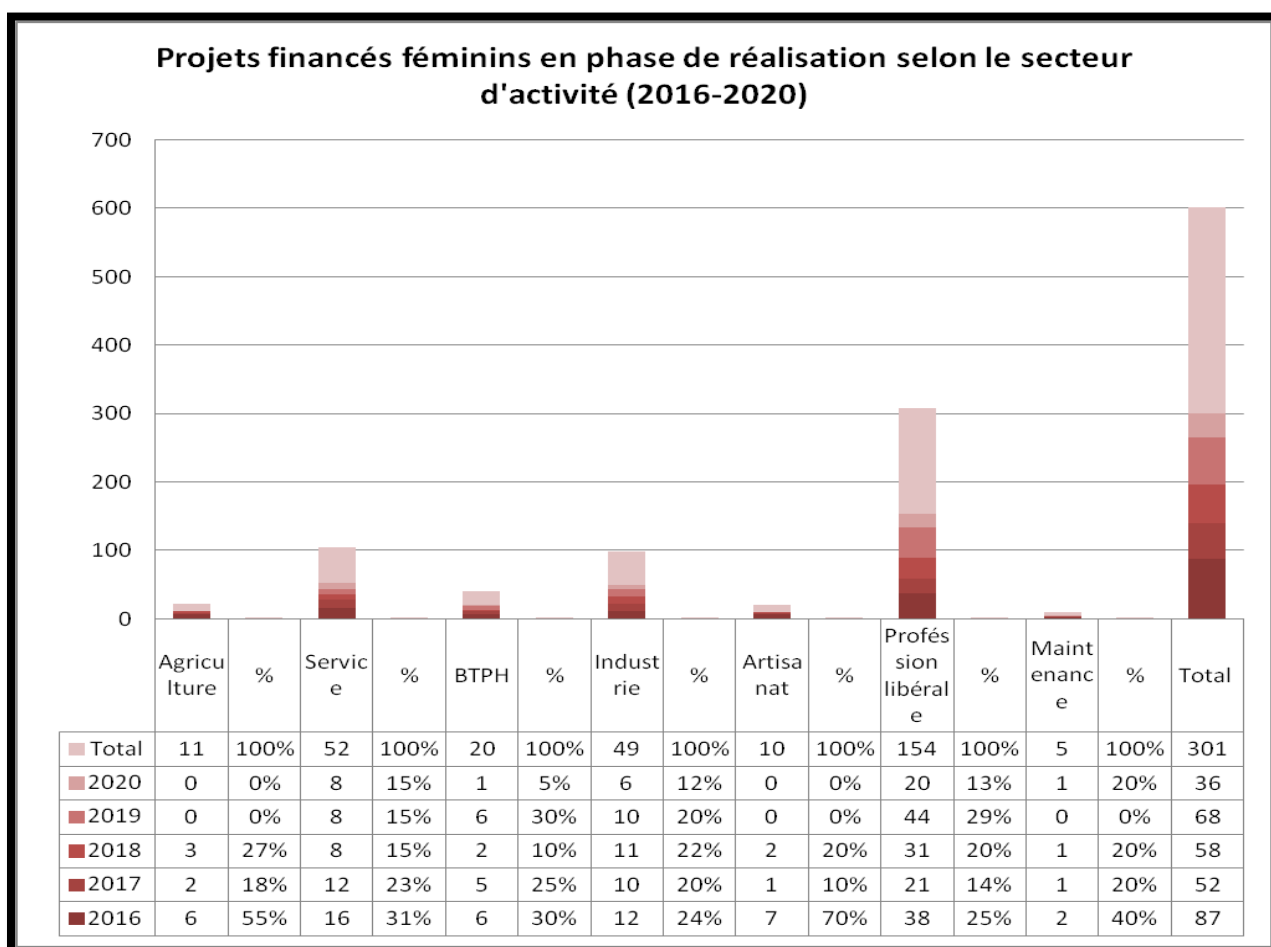
2. Répartition des projets financés féminins

2.1. Répartition des projets financés féminins en phase de réalisation par secteur d'activité

La figure suivante représente le cumul des projets financés par le dispositif ANADE de la wilaya de Tizi-Ouzou, par secteur d'activité en phase de réalisation au cours de la période 2015-2020 :

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Figure n° 11 : Projets financés féminins en phase de réalisation par le dispositif ANADE



Source : élaboré par nos soins d'après les données d'ANADE de T-O

On constate que les jeunes femmes promotrices dans le cadre d'ANADE sont plus orientées vers le secteur de profession libérale pour un nombre de 154 projets durant la période 2016-2020 suivi par les deux secteurs de service et l'industrie pour un nombre de 52 et 49 projets ; suivi par le secteur BTPH avec 20 projets ; enfin l'agriculture et l'artisanat est quasi inexistant avec 11 et 10 projets durant la période 2016-2020 et nulle pour les dernières années 2019 et 2020.

On observe que les projets créés par les femmes entrepreneurs pendant la période 2016-2020 sont issus de secteur d'activité des professions libérales, cela représente la capacité des promotrices d'ANADE à bénéficier d'un financement bancaire. L'accès des promotrices d'ANADE au financement dans le secteur d'activité des professions libérales est plus fort par rapport aux autres secteurs d'activités. Il est aussi à noter ; la baisse des projets financés durant

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de **L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

la période de 2019-2020, c'est une récession touchant toute l'économie mondiale, elle s'explique par la crise sanitaire (COVID-19).

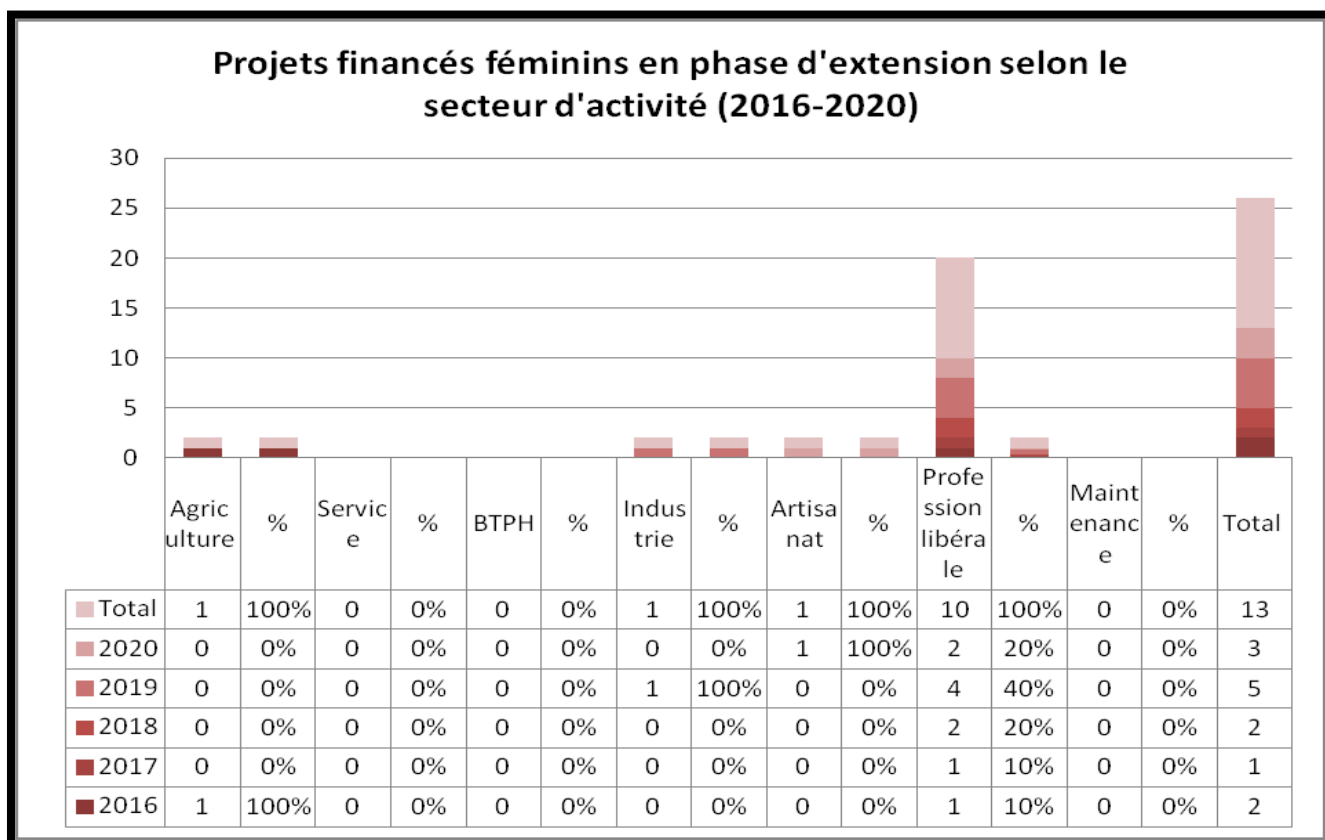
A l'échelle nationale, elle résulte un blocage énorme particulièrement au sein des entreprises en pleine activités ou en phase de démarrage (Cas ANADE de la Wilaya de Tizi-Ouzou). Cette baisse s'explique aussi par la conjoncture politique du pays, l'instabilité et Hirak

2.2. Répartition des projets financés féminins en phase d'extension par secteur d'activité

La figure suivante représente le cumul des projets financés par le dispositif ANADE de la wilaya de Tizi-Ouzou, par secteur d'activité en phase d'extension au cours de la période 2015-2020 :

**Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de
L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

Figure n° 12 : Projets financés féminins en phase d'extension par le dispositif ANADE



Source : élaboré par nos soins d'après les données d'ANADE de T-O

Pour un échantillon de 13 projets financés par les femmes durant l'année 2016-2020 en phase d'extension, il existe 10 femmes entrepreneures dans le secteur de profession libérale, et une seule femme entrepreneure pour les trois secteurs d'artisanat, l'industrie, et l'agriculture.

Pour cette phase les promotrices d'ANADE décide de développer leurs entreprises à travers l'extension dans le secteur d'activité de profession libérale. Cette étape constitue un signe positif, et qui signifie la capacité de ces femmes entrepreneures à élaborer une bonne stratégie dans le secteur des professions libérales.

A cet effet, une étude d'enquête permet d'approfondir l'analyse de l'entrepreneuriat féminin chez les femmes entrepreneures dans la Wilaya de Tizi-Ouzou. Le point suivant fera l'objet de cette étude.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

3. Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou

Pour atteindre notre objectif tracé au début de ce travail de recherche qui consiste à identifier les difficultés et les obstacles qui influencent l'entrepreneuriat féminin plus particulièrement à Tizi-Ouzou. Nous avons retenu certains facteurs, supposés influencés le développement du phénomène étudié qui sont : L'accès au financement, les dispositifs d'accompagnement, l'accès à la formation, conciliation vie privée et vie professionnelle.

A cet égard, nous avons opté pour une démarche d'enquête. Un questionnaire a été élaboré, et structuré en trois parties : Profil de la femme entrepreneure, l'entreprise qui signifie la nature de projet, et enfin les difficultés ou les obstacles rencontrés par les créatrices d'entreprises. Sur les 40 questionnaires on a pu avoir que 30 questionnaires utilisables (réponses).

Tableau n° 18 : La taille de l'échantillon de notre enquête

Objet	Taille
Echantillon	40
Questionnaire distribué	40
Questionnaire récupéré	30
Questionnaire exploitable	30

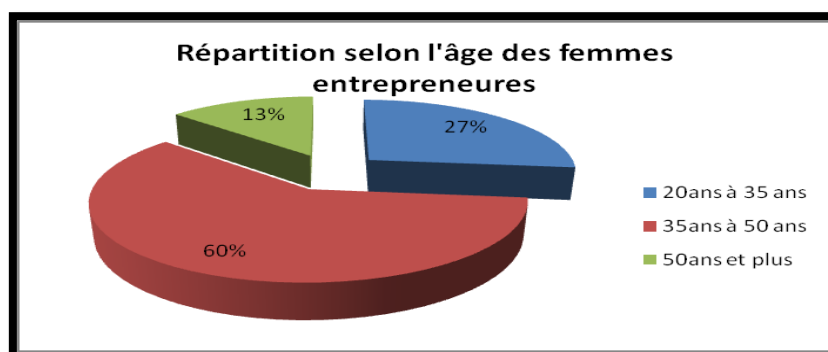
Source : élaboré par nos soins

4. Présentation et interprétation des résultats d'enquête

4.1. Profil de la femme entrepreneure

- Quel est votre groupe d'âge

Figure n° 13 : Répartition des femmes entrepreneures selon l'âge



Source : Réalisé par nos soins

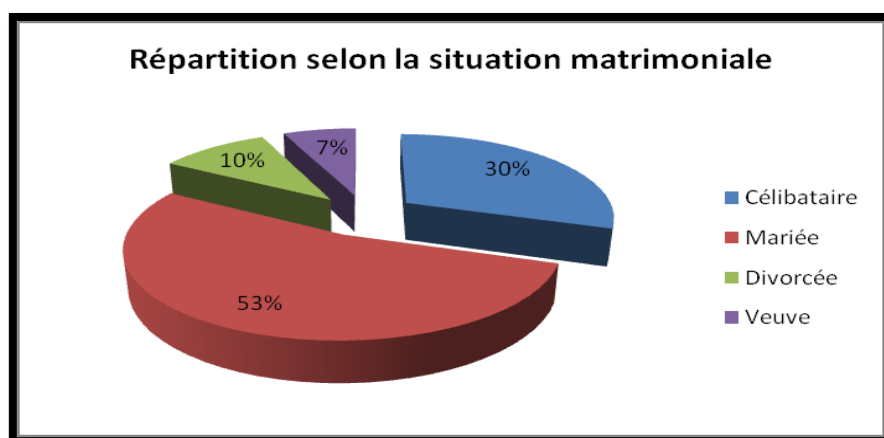
Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

A partir de cette figure nous constatons, sur l'ensemble des femmes entrepreneures interrogées, 60% ont de 35 ans à 50 ans, 27% ont de 20 ans à 35 ans, et 13% des répondantes sont dans la tranche de 50 ans et plus.

On constate que La majorité des femmes entrepreneures enquêtées sont âgées entre 35 ans à 50 ans, suivi par la tranche de 20ans jusqu'à 35 ans, Cela est dû principalement aux conditions du dispositif qui exige une limite d'âge.

➤ **Quelle est votre situation matrimoniale**

Figure n°14 : Répartitions des femmes entrepreneures selon la situation matrimoniale



Source : Réalisé par nos soins

Selon l'ensemble des femmes entrepreneures interrogées, on constate que, 53% sont des femmes mariées, 30% sont des femmes célibataires, et pour les catégories des femmes entrepreneures divorcées et veuves représentent respectivement 10% et 7% des femmes interrogées.

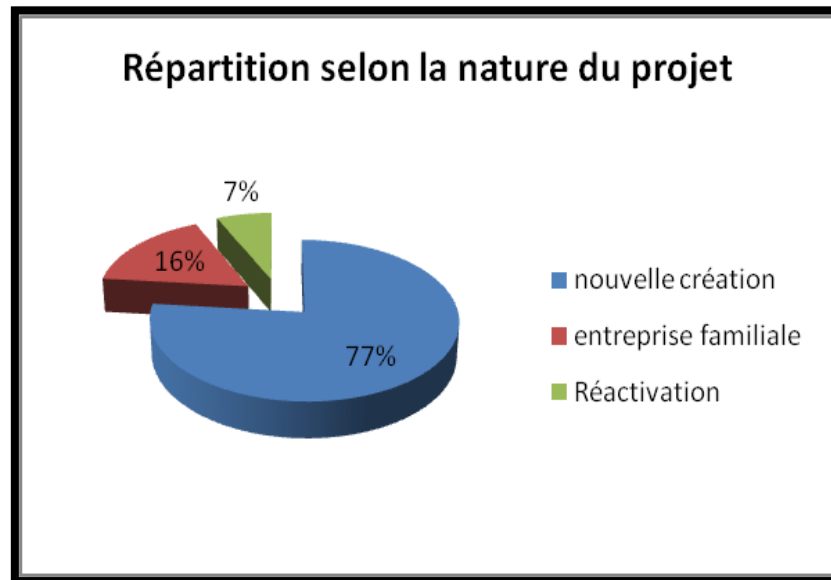
Nous remarquons que la majorité des femmes enquêtées sont des femmes mariées, celles-ci ne considèrent pas que le mariage comme étant un obstacle, mais au contraire leur conjoints les encouragent, que ça soit moralement ou financièrement durant toute la période de la création. Avant de se lancer dans la création d'entreprise certaines femmes pensent que le mariage est un obstacle, mais finalement elles avaient reconnu que la femme peut concilier entre sa vie familiale et sa vie professionnelle.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

4.2. L'entreprise

- Quel est la nature du projet

Figure n° 15 : Répartition selon la nature du projet de l'entreprise



Source : Réalisé par nos soins

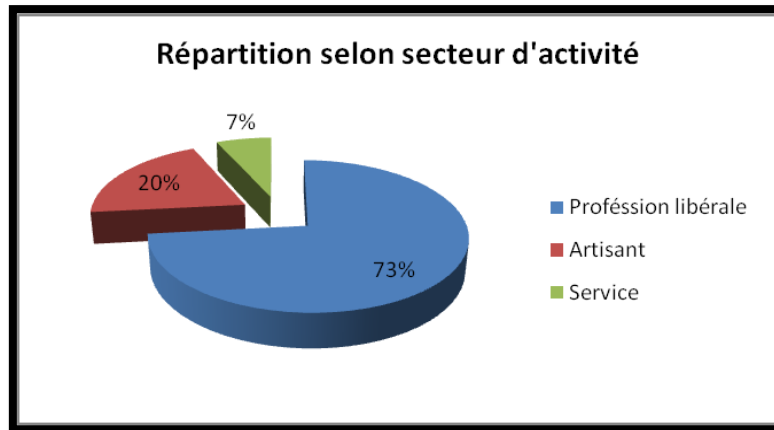
Selon cette figure, les femmes entrepreneures interrogées se représentent majoritairement sur des projets d'une nouvelle création, pour 77% et 16% pour les entreprises familiales, et seulement 7% d'entre elles se représentent sur des projets de réactivation.

On constate que la majorité des femmes enquêtées créant de nouvelles entreprises, et cela revient sur le fait que les femmes dans la culture berbère ; n'ont pas le droit à l'héritage donc elles créent leurs propre entreprise.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- Dans quel secteur d'activité se positionne votre entreprise

Figure n° 16 : Répartition des femmes entrepreneures selon le secteur d'activité



Source : Réalisé par nos soins

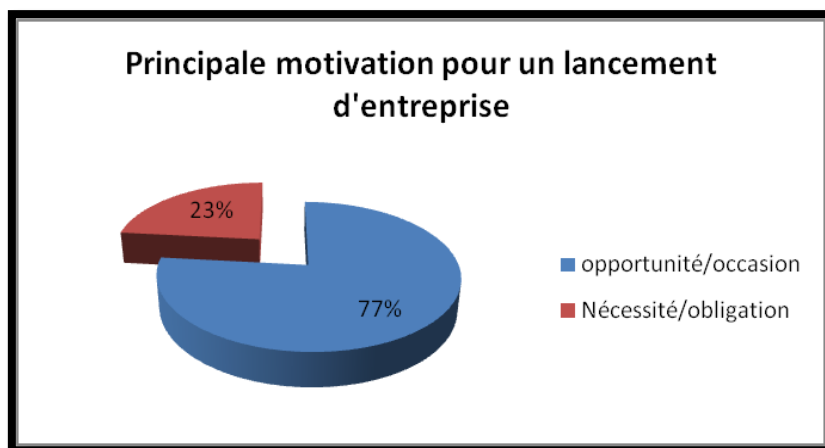
Les femmes entrepreneures enquêtées ne sont pas assez présentes dans tous les secteurs d'activité. Elles se lancent en très grand nombre dans le secteur des professions libérales pour 73%, et dans le secteur d'artisanat pour 20%, et enfin seulement 7% dans le secteur service.

On constate que les femmes entrepreneures interrogées restent concentrées dans certains secteurs d'activité à faible croissance.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- **Quelle est la principale raison qui vous a motivé à lancer une entreprise**

Figure n° 17 : Répartition des femmes entrepreneures selon les motivations



Source : Réalisé par nos soins

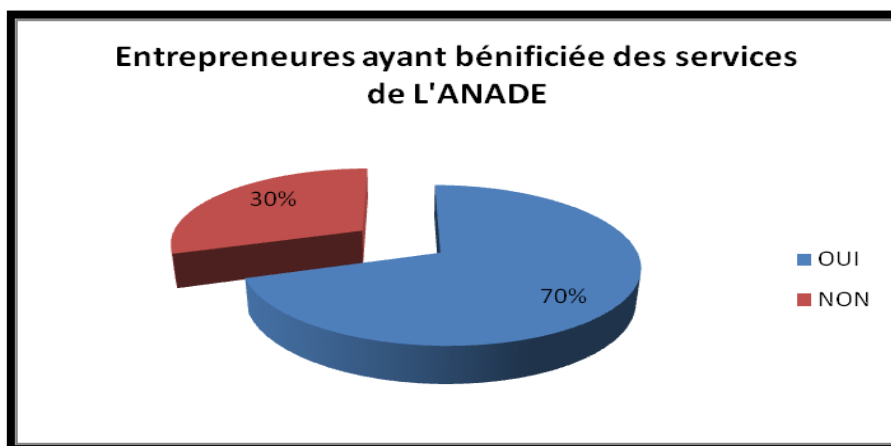
Selon les femmes entrepreneures enquêtées, 23% seulement des femmes entrepreneures dirigent leur propre entreprise par nécessité qui veut dire par obligation, et 77% sont des femmes entrepreneures qui dirigent leur propre entreprise par choix, c'est-à-dire, par opportunité ou occasion, et non pas par nécessité.

De cela on détermine que la majorité des femmes ont le goût du défi, le désir de réaliser un rêve, et l'amour du métier ont été des facteurs essentiels dans leur décision de passer à l'action et créer une entreprise.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- Avez-vous déjà bénéficié des services de l'Agence Nationale d'Appui et de développement de l'entrepreneuriat (ANADE)

**Figure n° 18 : Répartitions des femmes entrepreneures ayant bénéficiées des services de
l'ANADE**



Source : Réalisé par nos soins

Selon les femmes interrogées, on observe que 70% des femmes entrepreneures ont affirmée d'avoir bénéficiée des services de l'Agence Nationale d'Appui et de Développement de l'entrepreneuriat (ANADE), et seulement 30% entre elles n'ont pas bénéficiée des services de l'ANADE.

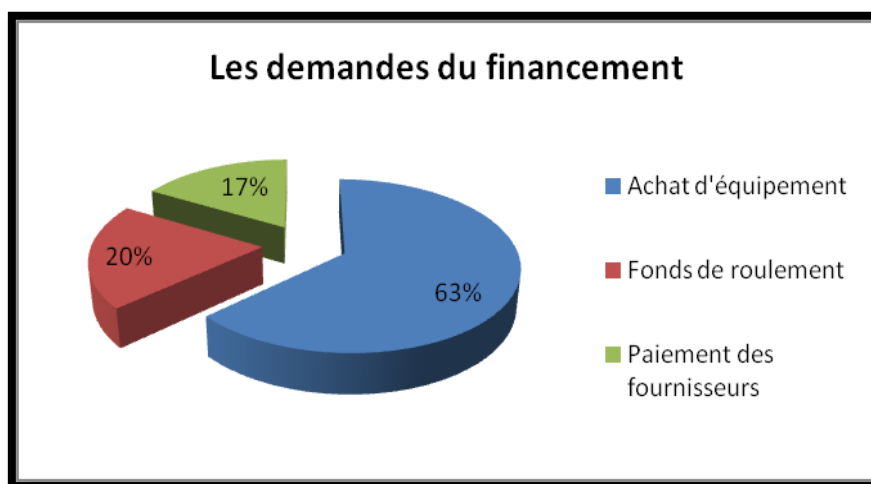
On constate que les femmes entrepreneures ont des opportunités qu'offrent le dispositif d'appui à la création d'activité économique. Donc ce dispositif joue un rôle déterminant dans le financement de l'entrepreneuriat féminin à la Wilaya de Tizi-Ouzou.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

4.3. Les obstacles rencontrés par les créatrices d'entreprises

- Quelles sont les principales activités pour les quels vous avez demandé du financement

Figure n° 19 : Répartition des femmes entrepreneures selon les demandes du financement



Source : Réalisé par nos soins

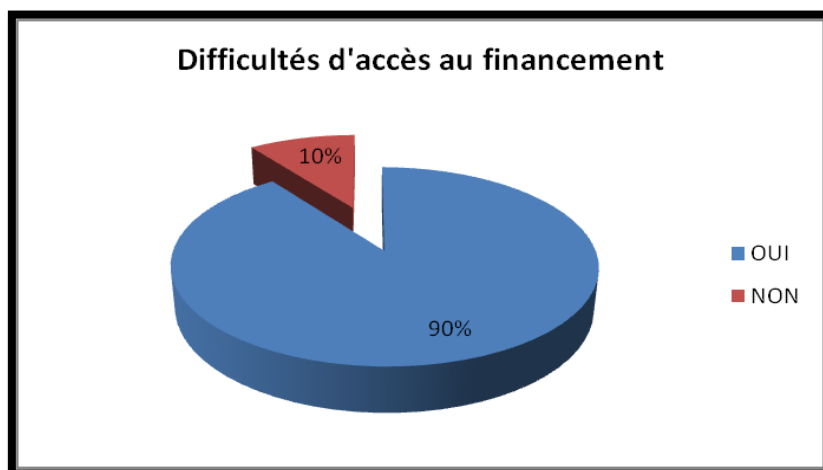
Selon l'ensemble des femmes entrepreneures interrogées, les trois principales activités pour lesquelles elles tentaient d'obtenir un soutien financier étaient l'achat d'équipement qui est à 63%, fonds de roulement à 20%, et Paiement des fournisseurs à 17%.

On constate qu'il y a des variations importantes dans les motifs de recherche de financement selon le secteur d'activité des femmes entrepreneures. L'achat d'équipement est important chez les femmes des secteurs des professions libérales et d'artisanat. Il est aussi essentiel de noter les femmes entrepreneures dans le secteur des professions libérales, lorsqu'elles cherchent un appui financier, c'est surtout pour combler leur besoin à l'égard d'un fonds de roulement.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- Avez-vous eu des difficultés à obtenir du financement nécessaire au démarrage de votre entreprise

Figure n° 20 : Répartition des femmes entrepreneures selon les difficultés d'accès au financement



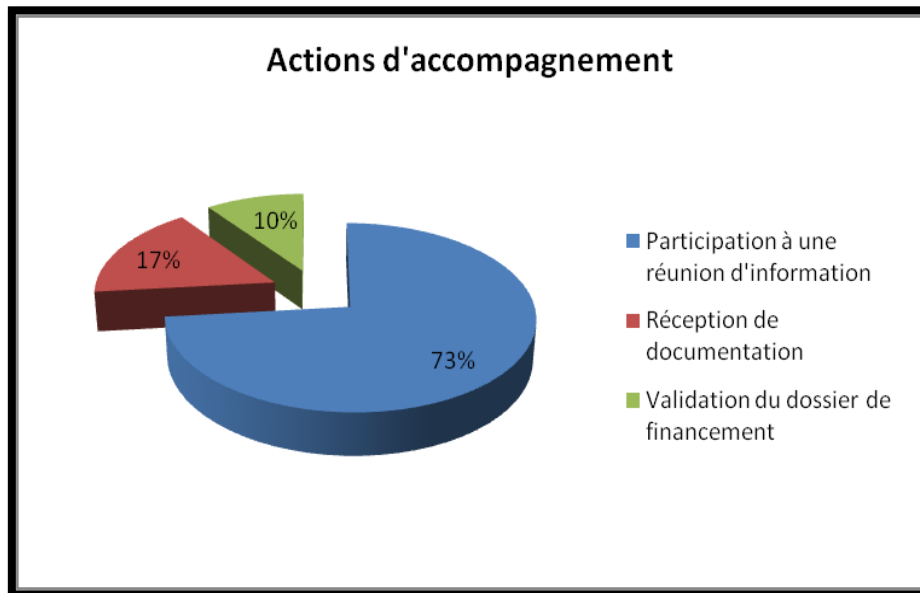
Source : Réalisé par nos soins

D'après cette figure, nous remarquons que 10% des femmes entrepreneures n'ont pas rencontré des difficultés lors de la création de leurs entreprises. Et 90% des femmes entrepreneures ont rencontré des contraintes lors du lancement de leurs activités, ces difficultés se résument initialement ; aux manques d'accès aux sources financières nécessaires, de plus l'insuffisance d'une main d'œuvre qualifiée et compétente, l'indisponibilité des locaux et aussi l'élaboration du dossier administratif.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- Quelles sont les actions d'accompagnements dont vous avez déjà bénéficié

**Figure n° 21 : Répartition des femmes entrepreneures selon les actions
d'accompagnement**



Source : Réalisé par nos soins

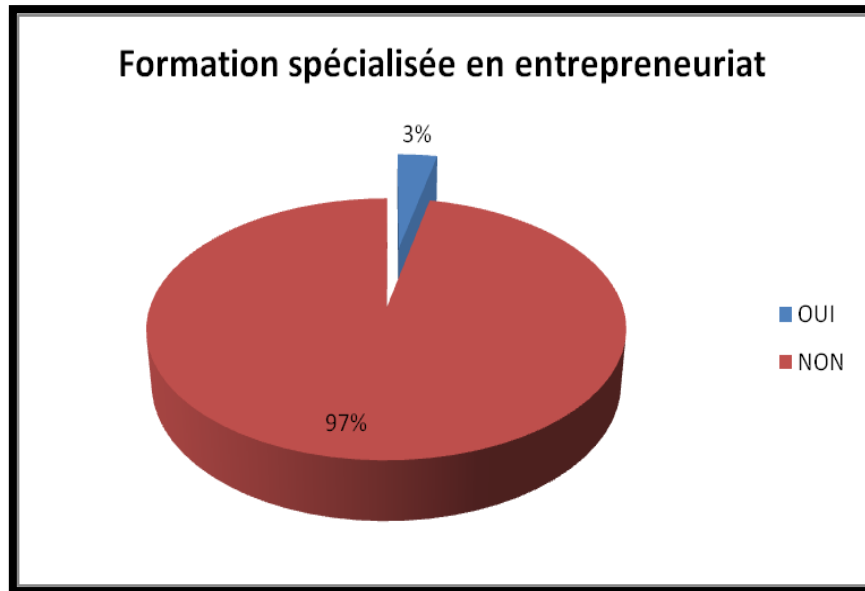
On remarque à travers cette figure, la principale action d'accompagnement est la participation à une réunion d'information à 73%, la réception de documentation à 17%, et seulement 10% de validation des projets de financement.

On constate que la majorité des femmes entrepreneures préfèrent participer aux réunions d'informations pour faciliter le lancement de la création d'entreprise.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- Avez-vous déjà bénéficié d'une formation spécialisée en entrepreneuriat

Figure n° 22 : Répartition des femmes entrepreneures selon la formation



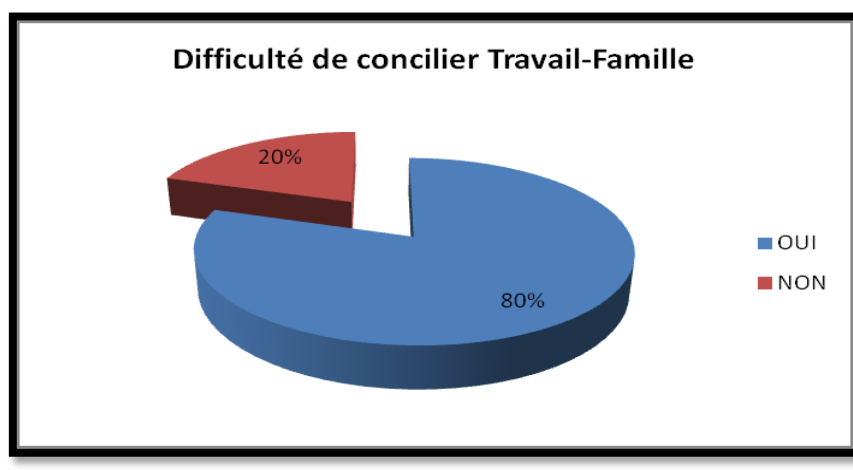
Source : Réalisé par nos soins

Selon cette figure, on constate que 97% des femmes entrepreneures ont affirmé de ne pas avoir bénéficié d'une formation spécialisée en entrepreneuriat. Par conséquent, la facilitation de l'accès à la formation est l'une des préoccupations majeures des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- Pour certains femmes, il est difficile de concilier Travail-Famille, Êtes-vous d'accord

Figure n° 23 : Répartition des femmes entrepreneures selon les difficultés de concilier Travail-Famille



Source : Réalisé par nos soins

D'après cette figure, on observe que 80% des femmes entrepreneures estiment qu'il est difficile de concilier travail-famille. Cela explique que cette responsabilité semble être particulièrement lourde pour les femmes mariées. Donc, on peut supposer différents facteurs tels que : le manque d'aide, la surcharge de travail et le manque de temps à consacrer aux membres de leur famille.

Cependant, seulement 20% des femmes entrepreneures disent qu'il n'est pas difficile de concilier travail-famille. Cela signifie que cette catégorie des femmes ont pas des grandes responsabilités de côté familiales, aussi elles ont des compétences et expériences dans le domaine d'entrepreneuriat.

En somme, nous pouvons conclure que les femmes entrepreneures de la Wilaya de Tizi-Ouzou sont confrontées à diverses contraintes lors de la création de leurs entreprises. Ces difficultés se résument comme suit :

- La difficulté de concilier entre la vie professionnelle et la vie privée.
- Les entraves d'accès aux diverses sources de financements, sans intérêts et sans conditions pour promouvoir et encourager l'entrepreneuriat féminin.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- L'absence d'une formation spécialisée en entrepreneuriat ; qui devrait être destinées aux jeunes entrepreneures.
- L'absence du soutien, d'accompagnement et le suivi des projets en phase de réalisation.
- La lourdeur bureaucratique (démarche administratif lente).
- Manque de formation en gestion d'entreprise conduisant à des difficultés pour fidéliser la clientèle.

Face à ses difficultés, quelles seraient les stratégies les plus importantes à mettre en œuvre pour mieux soutenir les femmes entrepreneures à gérer leur entreprise ou en favoriser l'expansion ? Cette question fera l'objectif du prochain point, qui abordera les solutions préconisées pour soutenir l'entrepreneuriat féminin.

5. Les solutions proposées pour encourager l'entrepreneuriat féminin en Algérie

D'après les résultats obtenus dans l'enquête réalisée auprès des femmes entrepreneures algériennes plus précisément de la wilaya de Tizi-Ouzou, quelques recommandations s'avèrent nécessaires :

- L'entrepreneuriat n'est pas réservée uniquement aux hommes, car il existe de nombreuses femmes algériennes qui occupent des postes de management et de gestion au niveau des entreprises publiques et privées, mais aussi des postes de réalisation.
- Le rôle de la femme dans l'économie algérienne commence à se préciser autant que celui de l'homme. Elle contribue à la création de la richesse et des postes d'emploi à l'instar de l'homme entrepreneur.
- La femme algérienne demande aux autorités publiques de leur alléger les procédures administratives, au niveau des banques et des dispositifs d'aide, à l'image de l'ex-ANSEJ et CNAC.
- Créer des dispositifs d'accompagnement de garde des enfants pour aider les femmes entrepreneures à concilier travail-famille.
- Permettre aux femmes de se former des avantages dans le domaine de l'entrepreneuriat avec la nécessité d'assurer une formation d'accompagnement spéciale pour les femmes entrepreneures.

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou

- Encourager les dispositifs d'accompagnement pour favoriser l'émergence et les suivis des initiatives économiques des femmes.
- Organiser des concours pour valoriser les femmes créatrices et porteuses de richesse et pour responsabiliser les jeunes femmes en leur donnant l'opportunité de créer des outils leur permettant de réaliser leurs rêves
- Renforcer le processus formation-Information-Conseil.
- Encourager l'adhésion des femmes entrepreneures à des réseaux, qu'il s'agisse de réseaux professionnels féminins afin de cultiver l'esprit de regroupement et de complémentarité.
- La mise en place d'un système de veille financier en direction des femmes pour les encourager à entreprendre.
- augmenter l'information sur les structures d'accompagnement et incubateurs de l'Etat ainsi que les avantages fiscaux disponibles et que les autorités et les associations locales s'impliquent activement dans la dynamisation de l'entrepreneuriat féminin car elles sont proches des habitantes et connaissent la réalité du terrain.

En effet, l'un des plus grands défis auxquels font face les femmes désirant explorer le monde entrepreneurial, est l'image négative des femmes entrepreneures dans la société. La culture Algérienne, plus particulièrement Kabyle, n'encourage pas l'autonomisation des femmes.

Enfin, on appelle les femmes entrepreneures algériennes à persévérer, il faut donner le courage, le soutien, la chance et l'occasion aux jeunes qui nous entourent, surtout pour la nouvelle génération, une génération excellente sur le plan professionnel.

Conclusion

D'après les statistiques fournies par l'ANADE et l'analyse des résultats de notre enquête, nous constatons que ce dispositif joue un rôle très important dans la vie professionnelle des femmes de la Wilaya de Tizi-Ouzou, en mettant à leurs disponibilités des ressources financières adéquates à leurs projets.

Les Femmes entrepreneures kabyles sont exposées à des contraintes culturelles, sociales, juridiques, politiques et économiques empêchant d'investir dans les activités

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de **L'entrepreneuriat Féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

entrepreneuriales ; principalement la difficulté d'accès au financement, la conciliation vie professionnelle et familiale...etc.

Les bénéficiaires de ce dispositif préfèrent investir dans des professions libérales, le commerce et en particulier l'artisanat où elles peuvent entreprendre sans l'obligation d'avoir un niveau d'instruction élevé, uniquement la condition d'avoir un diplôme ou attestation qualifiée liée au secteur investi fournie par la CAM (chambre d'artisanat et des métiers) en leurs faisant des tests et formations de courte durées afin de leurs accorder des attestations de qualification.

Enfin, nous pouvons dire que ce dispositif participe à l'absorption du chômage tout en contribuant la création de plusieurs postes de travail dans divers secteurs d'activités.

Conclusion générale

L'entrepreneuriat féminin est reconnu comme une source de croissance économique.

Les femmes entrepreneures génèrent des emplois pour elles-mêmes et pour d'autres, tout en apportant à la société des solutions différentes de gestion, d'organisation et de traitement de problèmes auxquels elles sont confrontées grâce à leurs spécificités en matière de qualifications, de savoir-faire. Par conséquent, l'entrepreneuriat féminin demeure un champ d'étude très récent dont se dirigent les chercheurs par rapport à son apport à l'économie mondiale.

Des contraintes d'ordres sociales, culturelles, économiques, politiques et juridiques, sont les majorités entraves qui freinent les femmes afin d'explorer l'univers de l'entrepreneuriat. Mais ceci n'empêche pas certaines d'entre elles d'affranchir leur peur et de croire en leurs compétences ce qui les motive et font d'elles un concurrent potentiel de leur homologue homme.

En Algérie, vers la fin des années 80, plusieurs dispositifs ont été mis en place par l'Etat Algérien (ANSEJ, ANGEM, ANDI, CNAC) dont la mission principale est d'absorber le chômage qui a causé une immense ambigüité au pays. Ces derniers ont ouvert des fenêtres vers l'expansion de l'entrepreneuriat en général et féminin en particulier.

Donc ces dispositifs semblent indispensables au dynamisme et à la force de l'entrepreneuriat.

Nous avons établi au départ un cadre conceptuel de l'entrepreneuriat, dans lequel nous avons cerné les différents concepts de l'entrepreneuriat féminin et son rôle sur le développement.

En effet, nous avons établi une enquête loin de la perfection, qui est menée par le moyen de questionnaire de 40 femmes entrepreneures qui nous ont permis de collecter d'informations concernant la femme entrepreneure dans la Wilaya de Tizi-Ouzou, auprès du dispositif ANADE.

L'objectif de ce travail, est de répondre à la problématique « Quels sont les obstacles qui influencent le financement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? Et quelles suggestions pour soutenir l'entrepreneuriat féminin ? ». Les difficultés de l'entrepreneuriat féminin en Algérie se résument comme suit ; la difficulté de concilier vie professionnelle et vie familiale, insuffisance de liquidités (financements), manque de soutien, d'accompagnement et formation en gestion d'entreprise, ainsi que les problèmes bureaucratiques, ce sont les principaux dilemmes persistant au démarrage et après la création.

Conclusion Générale

A l'issue des résultats de l'étude, nous relevons l'affirmation des hypothèses lancées :

- Les facteurs socioculturels influents sur la dynamique entrepreneuriale féminine en Algérie précisément les femmes soutenues par le dispositif ANADE
- L'entrepreneuriat féminin existe de plus en plus dans les activités artisanales, et peut être un facteur pouvant impulser une dynamique de développement local au niveau de wilaya de Tizi-Ouzou.

Afin de sortir de cette situation et de permettre aux femmes entrepreneures d'améliorer leurs statuts et leurs rôles, voici les principales propositions :

- Soutenir l'investissement, faciliter et élargir les sources de financement ;
- Diversifier les formations professionnelles destinées auprès des femmes entrepreneures, et renforcer l'accompagnement tout au parcours de la réalisation de leurs projet ;
- Multiplier le nombre de rencontre dans le but de mettre un contact directe entre les formateurs et les promoteurs, pour consolider plus la relation pour les encourager afin de travailler plus et acquérir un maximum du savoir-faire ;
- Les femmes doivent distinguer entre la vie privée et la vie professionnelle, et trouver une solution pour le problème de conciliation entre la famille et le travail ;
- Améliorer le regard de la société vis-à-vis de la femme entrepreneure.

Finalement, les femmes entrepreneures jouent un rôle crucial dans la création de richesse et d'emplois, et leurs importances pèsent lourdement sur le développement des économies nationales ce qui est relativement à l'inverse des femmes traditionnels. L'entrepreneuriat féminin est en passe de devenir une force économique dans notre pays, à condition qu'on lui porte aide et assistance.

• Ouvrage, Articles et revue:

1. BERREZIGA, A., MEZIANE, A. (2012). La culture entrepreneuriale chez les entrepreneurs algériens. Colloque national sur les stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie.
2. http://dspace.univouargla.dz:8080/jspui/.../berreziga_amina.pdf.
3. BEHIDJI KAMEL, L'entrepreneuriat féminin comme facteur de réduction des inégalités de genre en Algérie: le cas de la métropole d'Oran. Colloque international : entreprise, entrepreneuriat et développement local, CREAD-CNAM-LAREGE UNIVERSITE D'ORAN, 2008.
4. Capron.H, « Entrepreneuriat et création d'entreprises », éd de Boeck supérieur, Paris, 2009.
5. Danjou isabelle, « L'entrepreneuriat : un champ fertile à la recherche de son unité », Revue française de gestion, n° 138, 2002.
6. Daniel Halim, « L'état de l'entrepreneuriat féminin : les statistiques parlent d'elles-mêmes », 5 mars 2020.
7. <https://blogs.worldbank.org/fr/opendata>.
8. Fayolle.H, « Introduction à l'entrepreneuriat », éd Dunod, 2005.
9. Gillet.A «L'entrepreneuriat des Femmes en Algérie : Dynamiques économiques et sociales motivation et trajectoires socioprofessionnelles», CNAM-GRIOT, éd Pro Manuscripto Paris, 2003.
10. Gisèle Halimi, « La cause des femmes », éd Gallimard, 1992.
11. Gheddache.L « études des motivations des femmes à la création d'entreprises », Revue EL-Bahith, 2016.
12. GUERIN. I « la microfinance en Asie » édition KARTALA, paris, 2005.
13. HERNANDEZ .E. M : « L'entrepreneuriat : approche théorique » Ed Harmattan, Paris, 2001.
14. Janssen.F, « Entreprendre : une introduction à l'entrepreneuriat », éd Boeck supérieur, 2016.
15. Julien .p et Marchesnay.M, « entrepreneuriat », éd economica, paris, 1996.
16. Marchesnay, « L'entrepreneuriat », édition gestion, paris, 1996.
17. Montalieu, T, « les institutions des micro crédit : entre promesse et doute. Quelles pratiques bancaires pour quels effets ? Mondes en développement », Tome 30, n°119, 2002.
18. <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2002-3-page-21.htm>.
19. Makni.J, « Entrepreneuriat et développement local », éd payout pour la tradition française paris, 2012.
20. OCDE : « Stimuler l'esprit d'entreprise », les édition de l'OCDE, Paris, 1998.
21. SERVON.J, « le microcrédit et la nouvelle vague de développement économique local aux états unis », édition L'Harmattan, paris, 1996.
22. Storhaye.P, « le plaisir d'entreprendre : pour une entreprise humaine et innovante », Edition EMS, 2012.
23. Violier.PH, Tourisme et développement local, éd Belin Sup Tourisme, 2008.

Bibliographie

25. Taya.Y, « Intervention de madame TAYA Yamina : Présidente de l'association SEVE (Savoir et Vouloir Entreprendre) », Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Alger, Mars 2008
26. Un manuel pour les praticiens « promotion de l'entrepreneuriat féminin- les stratégies et outils du cycle de projet », 2003.

• **Thèses et Mémoires :**

1. BEN MAKHLOUF Yasmina, « L'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi Ouzou : Analyse de ses indices socio-économiques et limites de son accompagnement », Thèse de doctorat en sciences économiques. Université de Tizi Ouzou. 2019
2. Benghabrit, N. Remaoun et Y. Rahou, « Atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin : analyse d'enquête », université d'Oran, 2008.
3. Benjamin Dègnon, « Micro finance et problématique de réduction de la pauvreté au Benin » : expérience des femmes du programme de Micro Crédits aux Plus Pauvres (mcpp) dans la commune rurale d'Adjarra, Université d'Abomey-Calavi, 2012.
4. BOUKROUS Dj, « Les circuits de financement des PME en Algérie : Etude d'un crédit bancaire », Mémoire de Magister en sciences économiques, Université d'Oran, juin 2008.
5. <https://www.memoireonline.com/07/12/6024/Microfinance-et-problematique-de-reduction-de-la-pauvrete-au-Benin-experience-des-femmes-du-pr.html>
6. Sall.A, « Les stratégies et initiatives des femmes dans le secteur de la micro finance », Thèse de Doctorat, École doctorale Sciences humaines et sociales : cultures, individus, sociétés (Paris ; 1994-2019), Paris 5, 2012.
7. Smadi.A, « Analyse de la contribution de l'entrepreneuriat formel /informel au développement territorial dans la wilaya de Tizi-Ouzou : entre résilience et vulnérabilité. Illustration par des activités traditionnelles », Thèse de Doctorat ummto, 2018.

• **Sites internet :**

1. <https://www.andpme.dz>
2. <https://andi.dz>
3. <http://www.sevedz.com>
4. <http://www.ame-dz.com>
5. <http://www.ansej.dz>
6. <https://www.cnac.dz>

Bibliographie

7. <https://www.euromedwomen.foundation/pg/fr/profile/samirahadjilani>
8. <http://www.ioe-emp.org>
9. <https://www.worldbank.org>
10. <https://www.cairn.info/>
11. <https://www.tandfonline.com>
12. <https://www.oecd.org>

Liste des tableaux

Liste des tableaux :

N°	Tableaux	Page
01	L'entrepreneuriat vu sous l'angle : Contexte, Acteur, Action	18
02	Synthèse des trois angles de recherche sur l'entrepreneur	19
03	Répartition des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou par dispositif et par secteur d'activité.	48
04	Répartition de la population active et taux d'activité économique par groupe d'âge et genre	54
05	Répartition de la population occupée selon le secteur d'activité de l'établissement et le genre.	56
06	Répartition de la population active féminine selon le secteur juridique et la localisation (en millier)	57
07	Les obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	65
08	les résultats empiriques de l'entrepreneuriat féminin.	65
09	Financement triangulaire : cas d'un jeune étudiant/chômeur	74
10	Financement triangulaire : cas d'un salarié	75
11	Financement mixte	75
12	Création de micro-entreprise en type autofinancement	76
13	Projets financés dans le secteur des TIC par le dispositif ANADE	81
14	Projets financés par niveau d'instruction par le dispositif ANADE	82
15	Projets financés en phase d'extension par le dispositif ANADE	83
16	Impact et emplois par le dispositif ANADE	84
17	Projets financés féminins par le dispositif ANADE	85
18	La taille de l'échantillon de notre enquête	89

Liste des Figures

Liste des figures :

N°	Figures	Page
01	Proportion de salariés parmi la population âgée de 15 ans et plus (%)	18
02	Part des petites, moyennes et grandes entreprises comptant une femme parmi les principaux dirigeants (%)	19
03	Proportion de détenteurs de compte dans une institution financière ou via un fournisseur de services d'argent mobile (%)	20
04	Secteurs investis par les femmes promotrices ANADE et CNAC	46
05	Secteurs investis par les femmes promotrices ANGEM	47
06	Evolution de la population active féminine (En milliers)	51
07	Evolution de la population active totale	52
08	Représentation de la population active féminine par type d'emploi (En milliers)	53
09	Taux d'activité économique et taux d'emploi selon le niveau d'instruction et le diplôme acquis	55
10	Projets financés par secteur d'activités par le dispositif ANADE	80
11	Projets financés féminins en phase de réalisation par le dispositif ANADE	86
12	Projets financés féminins en phase d'extension par le dispositif ANADE	87
13	Répartition des femmes entrepreneures selon l'âge	89
14	Répartitions des femmes entrepreneures selon la situation matrimoniale	90
15	Répartition selon la nature du projet de l'entreprise	91
16	Répartition des femmes entrepreneures selon le secteur d'activité	92
17	Répartition des femmes entrepreneures selon les motivations	92
18	Répartitions des femmes entrepreneures ayant bénéficiées des services de l'ANADE	93
19	Répartition des femmes entrepreneures selon les demandes du financement	94
20	Répartition des femmes entrepreneures selon les difficultés d'accès au financement	95
21	Répartition des femmes entrepreneures selon les actions d'accompagnement	96
22	Répartition des femmes entrepreneures selon la formation	97
23	Répartition des femmes entrepreneures selon les difficultés de concilier Travail-Famille	98

Liste des Schémas

Liste des Schémas :

N°	Schémas	Page
01	Type d'entrepreneuriat	11
02	L'importance de l'entrepreneuriat féminin	15
03	Principaux obstacles de la femme entrepreneure	23
04	Les motivations de l'entrepreneuriat féminin en Algérie	61
05	Organigramme de l'ANADE	70

Table des matières

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre 01 : Présentation générale de l’entrepreneuriat	4
Introduction	4
Section 01 : Aperçu théorique sur l’entrepreneuriat féminin	4
1. Généralités sur l’entrepreneuriat.....	4
1.1. Définition de l’entrepreneuriat.....	4
2. Conception et principe de l’entrepreneuriat.....	8
2.1. L’approche fonctionnelle	8
2.2. L’approche basée sur les individus	8
2.3. L’approche basée sur les processus.....	9
3. Les différents types d’entrepreneuriat	11
3.1. L’entrepreneuriat Ex-nihilo	11
3.2. L’entrepreneuriat par franchise	11
3.3. L’entrepreneuriat par essaimage	12
3.4. L’entrepreneuriat social.....	12
3.5. L’interpreneuriat.....	12
3.6. L’entrepreneuriat par reprise.....	13
Section 02 : L’entrepreneuriat féminin et la notion de la micro finance	13
1. Définition des femmes entrepreneures.....	13
2. L’importance de l’entrepreneuriat féminin	14
3. Le rôle de la femme entrepreneure en tant qu’agent économique.....	15
3.1. Moteur de croissance économique.....	15
3.2. Investissement et diversification.....	16
3.3. Facteurs de développement.....	16
3.4. Compétition et concurrence.....	16
3.5. Innovation.....	16
3.6. Création d’emploi.....	17

Table des matières

3.7. Management et organisation.....	17
3.8. Intérêt mondial.....	17
4. L'état de l'entrepreneuriat féminin dans le monde	17
5. Les motivations et les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures dans le monde	20
5.1. Les motivations rencontrées par les femmes entrepreneures.....	20
5.2. Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures.....	21
6. Micro finance et l'entrepreneuriat féminin.....	23
6.1. Spécificités de la micro finance.....	24
6.2. Les institutions de microfinance.....	25
6.2.1. La micro finance par les mutuelles.....	25
6.2.2. Un nouveau modèle : la micro finance par les ONG.....	25
6.2.3. La micro finance par des banques.....	26
6.3. Microfinance et innovation financières.....	26
6.3.1. Le micro crédit.....	26
6.3.2. L'épargne.....	27
6.3.3. Le transfert d'argent.....	27
6.3.4. La micro assurance.....	27
6.4. L'impact économique du micro crédit.....	27
6.4.1. L'accroissement de revenus.....	27
6.4.2. L'impact significatif sur emplois.....	28
7. Les avantages et les inconvénients du micro crédit.....	28
7.6.1. Les avantages.....	28
7.6.2. Les inconvénients	29
Conclusion.....	29
Chapitre 02 : Le contexte Algérien de l'entrepreneuriat féminin.....	30
Introduction.....	30
Section 01 : Dispositifs d'appui et d'accompagnement à la création d'entreprise et les microcrédits en Algérie	30

Table des matières

1. Le financement des entreprises.....	31
1.1. Le financement des entreprises.....	31
1.2. L'endettement bancaire.....	31
1.3. L'ouverture du capital.....	32
2. Les déterminants des sources de financement des entreprises en Algérie.....	33
3. La Micro finance en Algérie (Micro crédit).....	33
4. Présentation du dispositif L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)/ (ANADE).....	34
4.1. L'ANADE a pour objectifs.....	34
4.2. L'ANADE a pour missions.....	34
5. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM).....	35
5.1. Le réseau opérationnel.....	35
5.2. Les conditions d'éligibilité au micro crédit dans le dispositif ANGEM en Algérie.....	36
5.3. Aides et avantages accordés aux bénéficiaires de microcrédit (cas ANGEM).....	36
6. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC).....	37
6.1. Missions de la CNAC.....	37
6.1.1. Assurance chômage.....	37
6.1.2. Le dispositif de Soutien à la création et à l'extension d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 30 à 50 ans.....	38
6.2. Mesures d'encouragement.....	40
6.2.1. Avantages Consentis à l'employeur.....	40
6.2.1.1. Niveaux d'allègement de part patronale.....	40
6.2.1.2. Exonération de la part patronale.....	41
6.2.1.3. Subvention mensuelle à l'emploi.....	41
6.3. Les femmes bénéficiaires du dispositif CNAC.....	41
7. L'Agence nationale du développement de la PME (ANDPME).....	42
7.1. Présentation.....	42
7.2. Missions.....	42
8. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI).....	42
8.1. Présentation.....	42
8.2. Missions.....	43

Table des matières

8.3. Structures décentralisées de l'ANDI.....	43
9. L'association des femmes Algériennes chefs d'entreprises (SEVE).....	44
9.1. Présentation.....	44
9.2. Missions.....	44
10. Association des Algériennes Managers et Chefs d'Entreprises (AME).....	44
10.1. Présentation.....	44
10.2. Objectifs.....	45
11. Le Financements Des entreprises féminines en Algérie.....	46
11.1. Les secteurs d'activités des entreprises féminines en Algérie.....	46
11.2. Etude comparative des dispositifs ANADE, ANGEM, CNAC.....	47
Section 02 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	49
1. Environnement culturel et entrepreneuriat féminin en Algérie.....	49
2. La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	50
2.1. Evolution de la population active.....	50
2.1.1. Evolution de la population active féminine	50
2.1.2. Evolution de la population active totale.....	51
2.2. L'activité des femmes en fonction de l'emploi proposé.....	52
2.3. Taux d'activité des femmes en fonction de l'âge.....	53
2.4. Evolution de l'emploi féminin.....	55
2.4.1. Evolution de l'emploi féminin suivant le niveau d'instruction et le diplôme.....	55
2.4.2. Evolution de l'emploi féminin par secteur d'activité.....	56
2.4.3. Evolution de l'emploi féminin par secteur juridique.....	56
3. Le profil de la femme entrepreneure en Algérie.....	57
3.1. Femme issue d'une construction « familiale ».....	57
3.2. Femme issue du milieu universitaire « un aboutissement logique des études ».....	58
3.3. Femme innovatrice « des idées nouvelles en rupture avec les parcours professionnels antérieurs ».....	58
3.4. Femme issue du milieu professionnel « la continuité d'expériences professionnelles dans un métier.....	58
4. Les motivations à l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	58

Table des matières

4.1. Travailler dans son domaine de compétence.....	59
4.2. Stabilité et meilleur qualité d'emploi.....	59
4.3. Disposer d'un revenu.....	60
4.4. Autres facteurs de motivation.....	60
5. Les Obstacles de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	61
5.1. Conciliation vie familiale et vie professionnelle.....	62
5.2. Environnement à risque.....	62
5.3. Les problèmes d'accès au financement.....	62
5.4. Difficultés liées à leur statut de femmes chefs d'entreprises.....	63
5.5. Difficultés liées aux stéréotypes et mentalités sociales.....	63
5.6. L'absence de soutien et d'accompagnement aux projets.....	63
5.7. L'accès au marché et à l'information.....	63
5.8. L'accès au foncier.....	64
Conclusion.....	67

Chapitre III : Rôle de l'ANADE dans le financement de l'entrepreneuriat féminin dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....69

Introduction.....	68
--------------------------	-----------

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil A.N.A.D.E.....68

1.Présentation de l'Organisation de l'Agence Nationale d'appui et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE).....	69
1.1.Organigramme de l'agence Nationale d'appui et de Développement de l'Entrepreneuriat.....	69
1.2.Présentation du l'A.N.S.E.J.....	69
2.Aides financières et avantages fiscaux accordés par le dispositif.....	72
2.1.Aides financières.....	72
2.2.Avantages fiscaux.....	72
2.2.1.Durant la phase de réalisation de l'investissement.....	72
2.2.2.Durant la période d'exploitation et à partir du démarrage de l'activité.....	72
3.Les conditions de création de l'entreprise.....	73
3.1.Les démarches de création d'entreprise.....	73

Table des matières

3.1.1.L'idée.....	74
3.1.2.L'élaboration du projet.....	74
3.1.3.Le montage de l'entreprise.....	74
3.1.4.Le démarrage de l'entreprise.....	74
4.Les différents modes de financement d'un projet.....	74
4.1.Le financement triangulaire.....	75
4.2.Le financement mixte.....	75
4.3.L'autofinancement.....	76
5.La maison de l'entrepreneuriat.....	76
5.1.Bref historique.....	76
5.2.Mission principale.....	76
5.3.Activité de la maison de l'entrepreneuriat.....	77
5.4.Organisation de la maison de l'entrepreneuriat.....	77
5.5.Elargissement de l'expérience et Bilan des maisons de l'entrepreneuriat.....	78
6.Données ANSEJ.....	78
6.1.Principales orientations du dispositif par rapport au financement.....	78
6.2. Projets financés du dispositif pour l'année 2016.....	79

Section 02 : L'entrepreneuriat féminin dans le dispositif ANADE et la wilaya de Tizi-Ouzou.....

1.Projets financés au profit des femmes.....	85
2.Répartition des projets financés féminins.....	86
2.1.Répartition des projets financés féminins en phase de réalisation par secteur d'activité..	86
2.2.Répartition des projets financés féminins en phase d'extension par secteur d'activité....	87
3. Les obstacles rencontrés par les femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou	89
4.Présentation et interprétation des résultats d'enquête.....	89
4.1.Profil de la femme entrepreneure.....	89
4.2.L'entreprise.....	91
4.3.Les obstacles rencontrés par les créatrices d'entreprises.....	94
5.Les solutions proposées pour encourager l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	98

Table des matières

Conclusion	100
Conclusion générale	104

Annexes

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU

Questionnaire d'enquête :

Dans le cadre de réalisation d'un mémoire fin d'étude de master en économie monétaire et bancaire, de département des sciences économiques de l'université de Tizi-Ouzou.

Nous souhaitons accomplir cette enquête pour recueillir les informations nécessaires à la préparation de ce mémoire dans le but de connaître le profil des femmes entrepreneures au sein de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Il est indispensable de répondre à toutes les sans exception.

Profil de la femme entrepreneure

➤ Quel est votre groupe d'âge ?

- A. 20 ans à 30 ans
- B. 30 ans à 50 ans
- C. 50 ans et plus

Quelle est votre situation matrimoniale ?

- A. Célibataire
- B. Mariée
- C. Divorcée
- D. Veuve

L'entreprise

➤ Quel est la nature de votre projet ?

- A. Nouvelle création
- B. Entreprise familiale
- C. Réactivation

Annexes

➤ Dans quel secteur d'activité se positionne votre entreprise ?

- A. Profession libérale
- B. Service
- C. Artisanat
- D. Autres

➤ Quelle est la principale raison qui vous a motivé à lancer une entreprise ?

- A. Opportunité/occasion (par choix)
- B. Nécessité (par obligation)

➤ Avez-vous déjà bénéficié des services de l'ANADE (ANSEJ) ?

- A. Oui
- B. Non

Les obstacles rencontrés par les créatrices d'entreprise

➤ Quelles sont les principales activités pour les quelles vous avez demandé du financement ?

- A. Achat d'équipement
- B. Fonds de roulement
- C. Paiement des fournisseurs

➤ Avez-vous eu des difficultés à obtenir du financement nécessaire au démarrage de votre entreprise ?

- A. Oui
- B. Non

Annexes

➤ Quelles sont les actions d'accompagnement dont vous avez déjà bénéficié ?

- A. Actions d'accompagnement
- B. Participation à une réunion d'information
- C. Réception de documentation
- D. Validation du dossier

➤ Avez-vous déjà bénéficié d'une formation spécialisée en entrepreneuriat ?

- A. Oui
- B. Non

➤ Pour certaines femmes, il est difficile de concilier Travail-Famille, Êtes-vous d'accord ?

- A. Oui
- B. Non

