

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET SCIENCES DE
GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES



Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences économiques
Option : Economie Monétaire et Bancaire

Sujet :

**La contribution des banques dans le financement des femmes
entrepreneuses : enquêtes réalisées auprès des femmes
entrepreneuses et des banques.**

Réalisé par :
MOKRANI Lydia

Devant le jury composé de :

Examineur: Mr. HAMMACHE Mohand
Président : Mr. ABIDI Mohammed
Rapporteur : Mr. GHEDDACHE Lyés

Date de soutenance :

15/11/2018

**UNIVERSITE MOULOD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET SCIENCES DE
GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES**



Mémoire

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences économiques
Option : Economie Monétaire et Bancaire**

Sujet :

**La contribution des banques dans le financement des femmes
entrepreneuses : enquêtes réalisées auprès des femmes
entrepreneuses et des banques.**

Réalisé par :
MOKRANI Lydia

Devant le jury composé de :

Examineur: Mr. HAMMACHE Mohand
Président : Mr. ABIDI Mohammed
Rapporteur : Mr. GHEDDACHE Lyés

Date de soutenance :

15/11/2018

Remerciements

Je tiens à exprimer ma sincère gratitude à mon promoteur Mr GHEDDACHE Lyes, d'avoir accepté d'assurer la direction de ce mémoire. Je le remercie pour sa présence et sa disponibilité, et pour le temps qu'il m'a consacré.

J'adresse aussi mes remerciements aux membres du jury qui ont accepté de juger ce travail.

Je tiens également à remercier toutes les femmes créatrices et entrepreneuses pour avoir Accepté de répondre à mes questions.

Je remercie aussi le personnel de la banque « CPA » et « BADR » pour avoir accepté de répondre au questionnaire.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à

Ma chère maman, mon père, ma sœur Sylia, mon frère Amar, mes oncles Mokrane, Aziz, Blaid, Djilali et mes tantes Dahbia, Soraya, Nabila, Kahina, Zohra, Lila ainsi qu'à mes cousins ; Yacine, Nina, Mariem, Ouisa, Mouhend merci pour le soutien inconditionnel que vous m'avez donné

A tous mes amis (es)

A tous ceux qui me sont très chers.

Sommaire

Introduction générale

Chapitre I : Les femmes entrepreneuses comme clients potentielles des banques

Introduction

Section 01 : Aperçu sur les banques algériennes

Section 02 : La banque et le financement des PME

Conclusion

Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Introduction

Section 01 : l'Entrepreneuriat et la création d'entreprises

Section 02 : Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat féminin

Section 03 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

Conclusion

Chapitre III : Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

Introduction

Section 01 : Méthodologie et ordonnancement des enquêtes

Section 02 : Analyse et interprétation des résultats des enquêtes

Conclusion

Conclusion générale

Bibliographie

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des abréviations

Annexes

Table des matières

Introduction générale

Introduction générale

Le secteur de l'entrepreneuriat féminin a connu un regain d'intérêt grâce au rôle important et à la place qu'occupent de plus en plus les femmes dans la vie économique et sociale de chaque pays. Il est désormais reconnu mondialement qu'il ne peut y avoir de développement sans la pleine participation de la femme au processus. En effet, c'est en 1975, lors de conférence des nations unies marquant l'année internationale de la femme que l'entrepreneuriat féminin a été reconnu pour la première fois. Depuis lors, plusieurs autres conférences ont insisté à leurs tours sur la nécessité d'intégrer la femme au développement économique via la création d'emploi, la croissance économique et la valorisation de toutes les compétences d'un territoire. De plus, il contribue au développement social en tant que mécanisme de participation, voire d'insertion sociale, il est également un moyen qui permet évoluer vers l'égalité entre les femmes et les hommes.

L'intégration de la femme dans le développement économique est donc devenue une nécessité, car l'importance de cette dernière en tant qu'agent de développement ressort clairement. C'est ce qui explique l'intérêt accru manifesté par les chercheurs, les ONG et les pouvoirs publics pour les femmes entrepreneuses. Chacun de ces intervenants est à la recherche de voies et de moyens susceptibles de promouvoir l'entrepreneuriat des femmes. A cette fin, une meilleure connaissance de l'entrepreneuriat féminin est primordiale tant sur le plan de l'intervention économique de l'Etat que sur le plan des connaissances scientifiques.

L'entrepreneuriat féminin est défini comme un ensemble d'activités effectuées en dehors du ménage qui permettent aux femmes de réaliser suffisamment de profits pour au moins maintenir son activité. Les entreprises des femmes sont concentrées dans quelques secteurs, tels que la santé, l'éducation, l'esthétique et dans des activités orientées vers le consommateur. Elles utilisent peu de technologies de l'information et de la communication ou de composante scientifique. Elles appartiennent donc à des secteurs aisément accessibles mais avec un potentiel de développement limité.

Pour assurer son développement, l'entreprise féminine comme chaque entreprise, doit se procurer des ressources. En effet, quelque soit sa taille, l'entreprise ne peut pas se contenter de ses ressources propres pour satisfaire continuellement tous ses besoins de financement. De ce fait, elle ne trouve comme ressources externes que l'endettement bancaire. En effet la banque est la pierre angulaire de toute économie. car elle joue un rôle fondamental par la mise en rapport les offreurs et les demandeurs de capitaux. Pour cela, Les entreprises et les

Introduction générale

banques sont devenues indissociables pour le meilleur comme pour le pire. Pour les entreprises, le financement bancaire est l'une des conditions essentielles de l'activité de maintien, leur croissance et survie, et le crédit bancaire constitue pour les entreprises leur raison d'être.

Un concept universellement utilisé, la banque désigne tout à la fois une entreprise ou une institution, une activité, un secteur, un métier ou une profession. Située au cœur de l'activité économique, la banque est l'interlocuteur de sa clientèle, particuliers et entreprise, et des pouvoirs publics. La banque n'est pas une entreprise, elle a un statut juridique, une organisation, un système de pilotage, des produits, une stratégie. Mais elle crée de la monnaie, elle recueille l'épargne du public, elle gère les moyens de paiement. Aussi, la banque a pour mission, la transformation d'échéances et de risque.

La banque a toujours occupé (et occupe toujours) une place primordiale dans le financement des entreprises algériennes. L'accès aux crédits bancaires est donc une condition essentielle de développement des entreprises féminines. Cependant, ces entreprises sont souvent confrontées à des contraintes de financement qui peuvent conduire à l'échec de leurs projets. Le processus de leur croissance et de développement apparaît donc à son tour problématique et ce, à cause des obstacles le plus souvent rencontrés lors de leur financement.

En partant du fait qu'en Algérie, l'entrepreneuriat féminin est un nouveau phénomène qui se développe progressivement appelant ainsi des ressources de financement, et notamment bancaire. Donc notre problématique est la suivante : ***Quels sont les principales caractéristiques de ces femmes entrepreneuses qui peuvent constituer des avantages et rendre plus favorables les banques à l'égard de leurs financements ?***

Cette problématique est accompagnée d'un certain nombre de questions pour mieux appréhender le sujet à savoir :

- ❖ Quels sont les caractéristiques des entreprises détenues par les femmes ?
- ❖ Quelle est la principale ressource financière des entreprises féminines ?
- ❖ Quel est le nombre de la clientèle d'affaires féminines située auprès des banques ?

Introduction générale

Pour répondre à ces questions, nous proposons les hypothèses suivantes :

- ❖ Les entreprises détenues par les femmes privilégient en premier lieu l'autofinancement, elles se tournent ensuite vers le financement bancaire.
- ❖ Pour les banques, les femmes sont moins solvables que leurs homologues masculins.

Bien entendu, ces hypothèses doivent être vérifiées sur le terrain par le recueil et l'analyse des informations apurées d'un échantillon des femmes entrepreneuses et d'un autre échantillon des banques.

La méthodologie suivie, a été la suivant : tout d'abord, nous avons commencé par une recherche bibliographique qui nous a permis de bien cerner notre travail. Puis la recherche empirique est l'approche par deux questionnaires, afin de collecter le maximum possible d'informations en un temps court apurés des deux échantillons.

L'intérêt du sujet

Le choix de notre sujet est justifier par :

- ❖ Le financement bancaire s'inscrit dans le cadre de notre formation.
- ❖ L'entrepreneuriat féminin est un phénomène nouveau qui est peu étudié.
- ❖ L'importance de l'entrepreneuriat féminin dans la diversification de l'économie d'où l'utilité de déterminer la contribution des banques dans le financement des entreprises féminines.

La structure du travail

Le présent mémoire est devisé en trois chapitres développés en suivant le fil conducteur de la recherche :

Le premier chapitre intitulé : « *Les femmes entrepreneuses comme clients potentielles des banques* » sera consacré à la présentation des banques et des petites et moyennes entreprises (PME), il est divisé en deux sections : la première porte sur la définition des banques algériennes, leurs activités, leurs services.... La deuxième section porte sur La banque et le financement des PME ici on va définir la PME, présenté ses typologies, ses sources financières, et déterminer la relation qui existe entre la PME et la banque.

Le second chapitre intitulé : « *L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance* », ce chapitre est devisé en trois sections, la première porte sur l'entrepreneuriat. La seconde porte sur l'entrepreneuriat féminin. La dernière section porte sur l'entrepreneuriat féminine en Algérie.

Le troisième chapitre se rapporte à l'analyse des données recueillies sur le terrain. Ce travail est scindé en deux sections; dont la première porte sur la méthodologie et ordonnancement de la recherche. La deuxième section porte sur l'analyse et l'interprétation des résultats des enquêtes.

Chapitre I:

Introduction

L'Algérie à l'instar de la plupart des pays en développement, a retenu partir 1990, un vaste processus de réforme économique et financière visant la transition vers l'économie de marché, la banque est considérée comme un intermédiaire entre les agents à besoin de financement. Car elle injecte des crédits. Parmi les agents qui sollicitent la banque pour les crédits on trouve les petites et moyennes entreprises (PME).

Le crédit bancaire est l'un des moyens les plus importants de financement de l'économie, le rôle du crédit réside dans son pouvoir de simulateur de la production. Car l'activité de production se moderne au jour le jour, Grace à l'achat des équipements par les entreprises, permet à cette entreprise d'acquérir une nouvelle technologie et par suite accroître la qualité et la quantité de sa production. Donc le crédit joue un rôle important dans le développement de l'activité de l'économique.

Ce chapitre porte sur deux sections, dans la première section nous allons essayer de présenter une généralité sur les banques. Ensuite, la deuxième section va porter sur la banque et le financement des PME.

Section 01 : Aperçu sur les banques algériennes

1- Définition de la banque

Le concept « *banque* » revêt plusieurs dimensions, ainsi, nous allons prendre l'explication de cette notion selon plusieurs aspects : étymologique, juridique et économique qui s'imbriquent entre eux.

1.1. Définition étymologique

L'origine du terme « *banque* » dérive du concept Italien Banco, et le mot BANQUE n'apparaît dans la langue française qu'au milieu du XV^{ème} siècle, les premiers banquiers de l'époque sont ceux qui activent derrière la table sur laquelle s'installe les spécialistes du change de billets qui achètent et vendent les différentes pièces de monnaie qui circulent en Italie à cette époque.

1.2 Définition économique

Les banques sont des organismes qui gèrent dans leur passif les comptes de leurs clientèles qui peuvent être utilisés par chèque ou virement dans les limites de la provision disponibles. Elles sont prestataires de services, assurant les règlements et le transfert des fonds, elles distribuent des crédits¹.

1.3 Définition juridique

Cette définition a connu plusieurs apports à la lumière des lois adoptées successivement

Donnée de la loi 86-12 du 19 août 1986

« Est réputée banque, tout établissement de crédit qui effectue pour son propre compte et à titre de profession habituelle, principalement les opérations suivantes :

- *Collecter auprès des tiers des fonds en dépôts quelles qu'en soient la durée et la forme ;*
- *Accorder du crédit, quelle qu'en soit la durée ;*
- *Effectuer dans le respect de la législation et de la réglementation en la matière, les opérations de change et de commerce extérieur ;*

¹PATAT J-P ., « monnaie, institution financière et politique monétaire ». Economica, Paris, 1993, p 33.

- *Assurer la gestion des moyens de paiement, procéder au placement, à la souscription, achat, gestion, garder et vente de valeurs mobilières et de tous produits financiers ;*
- *Fournir conseil, assistance, et d'une manière générale, tous services destinés à faciliter l'activité de sa clientèle²».*

Donnée de la loi du 12 janvier 1988

« La banque est une personne morale commerciale dotée d'un capital, soumise à ce titre, au principe de l'autonomie financière et de l'équilibre comptable ».³

Donnée de la loi 90-10 du 14 avril 1990

« Les banques sont des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle et principalement la réception de fonds du public, les opérations de crédit ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et de gestion de ceux-ci. Sont considérés comme fonds reçus du public, les fonds recueillis des tiers, notamment sa forme de dépôt avec le droit d'en disposer pour son propre compte, mais à charge de les restituer. Constituer une opération de crédit, pour l'application de la présente loi tous à titre onéreux par lequel une personne met ou promet de mettre des fonds à la disposition d'une autre personne, prend dans l'intérêt de celle-ci un engagement par signature tel qu'un aval, un cautionnement ou une garantie. Sont assimilées à des opérations de crédits, les opérations de location assorties d'option d'achat notamment les crédits-bails ».⁴

2-Les activités de la banque⁵

Les activités des banques et des établissements financiers sont définies par les articles 110 à 113 et 116 à 119 de la loi n°90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.

Les activités exercées par la banque peuvent être regroupées en trois familles. En effet, outre, les activités traditionnelles d'intermédiation, on trouve les activités de marché et les prestations de service.

² JORA, règlement 86-12 du 20 août 1986 portant sur le système bancaire

³ Loi du 12 janvier 1988, article 2.

⁴ JORA, règlement 90-10 du 14 avril 1990

⁵ Le cadre retenu dans l'identification des activités exercées par la banque sera celui d'une banque universelle. Cette organisation empruntée par les banques algériennes combine un ensemble d'activités

2.1 Les activités d'intermédiation bancaire

La collecte des ressources et la distribution des capitaux représentent les fondements de l'activité bancaire et du rôle économique de la banque. Cette intermédiation a pour finalité de satisfaire les demandes d'emprunt ou de placement de capitaux. L'intermédiation constitue le cœur de l'activité de la banque et la base de sa rentabilité du moment qu'elle produit une marge résultante de la différence entre les produits reçus sur les emplois et les coûts des ressources collectées.

2.2. La collecte de ressources

A partir d'un réseau d'agences la banque collecte des ressources sous forme de dépôts à vue et d'épargne auprès d'une clientèle composée essentiellement de particuliers et d'entreprises. Elles constituent donc des fonds recueillis auprès des tiers, constituant ainsi des ressources avec lesquelles elle travaille, mais, avec l'obligation de les restituer.

2.3 L'accord des crédits

*« D'une façon générale, le crédit peut s'analyser comme une opération par laquelle une personne physique ou morale, appelée le prêteur, met ou tient à la disposition d'une autre personne, appelée l'emprunteur, une somme d'argent, contre une promesse de remboursement et moyennant le paiement d'intérêt »*⁶ Les financements accordés par la banque aux divers agents économiques peuvent revêtir les formes suivantes⁷ :

- Des crédits à court terme accordés à la clientèle d'entreprises et de professionnels en vue de couvrir un besoin de trésorerie. Il s'agit, généralement, des crédits d'exploitation dont les échéances varient entre 1 et 12 mois maximum, ainsi que, les facilités de caisse, les découverts, les escomptes commerciaux, les crédits de compagne, les avals, les cautionnements ;
- Des crédits à moyen terme dont l'échéance varie entre deux à sept ans et financent, en général, les investissements moyens ou la consommation (pour les particuliers). Les formules de crédits à moyen terme peuvent s'agir des crédits d'investissement, de consommation et des crédits immobilier ;

⁶ Dictionnaire de gestion financière / p145 / dunod 2em édition

⁷ **DE COUSSERGUES Sylvie**, « la banque ; structure, marché, gestion », Dalloz, Paris, 1996 p.35.

- Les crédits à long terme qui dépassent sept ans d'échéance et servent à financer les grands projets d'investissement ;
- Le crédit-bail, qui constitue un moyen moderne de financement des biens immobiliers ou mobiliers, notamment les équipements.

2.4 Les activités de marché

Les métiers de marché s'effectuent sur des instruments au comptant ou sur des dérivés. Ils consistent à réaliser des opérations d'arbitrage et de spéculation sur des instruments financiers, tels que : instrument de taux d'intérêt, instruments de change et instrument sur actions ou sur des actifs non financiers tels que les matières premières. L'objectif de la banque à travers ces opérations est la réalisation des plus values (gains).

2.5. Les prestations de services

Ce sont des opérations faites pour le compte des clients, la banque n'étant pas contrepartie d'une opération financière. Les prestations de service ne donnent pas naissance ni à une créance, ni à une dette et ni à un engagement d' hors-bilan. L'objectif du banquier est de percevoir des commissions. Les prestations de service effectuées par la banque sont très diversifiées et elles recouvrent notamment :

- La gestion des moyens de paiement ;
- La gestion d'actifs pour le compte de tiers ;
- La gestion collective sous forme d'Organisme de Placement Collectifs de Valeurs Mobilières;
- Les activités de conseil et d'ingénierie financière (introduction en bourse, offre publique d'achat, restructuration financière des entreprises).

3- les services de la banque

La banque pour son déposant privé ou entrepreneur est essentiellement prestataire de services, chaque déposant attend de sa banque un certain nombre de services. L'organisation d'une banque comprend cinq services :

3.1 Le service caisse

Ce service est principalement chargé de l'exécution des opérations ordonnées par sa propre clientèle ainsi que celles demandées par d'autres sièges de la banque. Les opérations sont réparties entre les différentes sections du service en fonction de leur nature : ouverture des comptes, versement, paiements...

3.2 Le service portefeuille

Il se charge du traitement des effets et chèques au moment de leur remise par le client en vue de les escompter ou de les encaisser et de leur présentation au débiteur pour recouvrement ainsi que la mobilisation des crédits.

3.3 Le service crédit

Il se charge d'engager en faveur des divers bénéficiaires du secteur public et privé une partie des ressources collectées par la banque.

3.3 Le service étranger

Il se charge d'effectuer des opérations vers l'étranger conformément à la réglementation des changes et du commerce extérieur. Ce service se charge de l'ouverture des comptes devises.

3.4 Le service contrôle

Pour assurer une clarté dans les opérations effectuées. Et la bonne marche du fonctionnement bancaire. Il faut qu'il ait une structure de contrôle. Cette dernière a pour tâche le contrôle et la coordination de toutes les opérations.

4- le rôle de la banque

La banque est avant tout un organisme financier ; elle joue le rôle d'intermédiaire entre détenteurs et les demandeurs de capitaux. Elle reçoit les fonds que lui confient ceux qui en disposent ; et elle prête une partie de cet argent à ceux qui ont en besoin. Elle a aussi un rôle dynamique dans la mesure où crée des capitaux. Elle remplit donc un rôle de services public. Elle joue un rôle clé dans le développement de l'entreprise.

En plus de la mission fondamentale de la banque qui consiste à pourvoir des capitaux cette dernière se présente ainsi comme le partenaire de l'entreprise et le conseiller de l'entreprise.

- La banque est partenaire de l'entreprise et en partage des succès et les échecs.
- La banque est conseillère de l'entreprise, cette fonction s'étend à plusieurs domaines.

Les agents à besoin et à capacité de financement « demandeurs, offreurs de capitaux » entrent directement en relation sur les marchés de capitaux. Les agents à besoin de financement émettent des titres souscrits par les agents à capacité de financement. Ce qui revient pour les premiers à emprunter des capitaux aux seconds à l'occasion de ces opérations. Demandeurs et offreurs se mettent d'accord sur un montant, une durée et un prix « le taux d'intérêt ». D'une part, les emprunteurs dont le besoin de financement découle d'opérations d'investissements émettent des titres à long terme, alors que les prêteurs préfèrent les placements à court terme. Mais surtout, les marchés des capitaux sont des marchés imparfaits où règnent l'incertitude et l'asymétrie de l'information : certains agents détiennent des informations que les prix ne reflètent pas.⁸

5- les ressources de la banque

Pour que la banque vive comme les autres entreprises, elle doit collecter des ressources. Il existe dans la banque deux catégories de ressources.

5.1 Les ressources internes

5.1.1 Capital versé

Celui-ci représente les bénéfices non distribués, c'est à dire le bénéfice laissé à la disposition de la banque ; cette dernière met ce genre de ressources de façon permanente dans son compte.

5.1.2 Rapport à nouveau

Ce type de ressources contient le résultat ou la partie qui n'a pas été affectée par l'assemblée générale. Dans le cas où le résultat est positif, il s'inscrit dans l'exercice ; dans le

⁸ DE COUSSERGUES Sylvie, « la banque ; structure, marché, gestion », Dalloz, Paris, 1996, p6

contraire, c'est-à-dire négatif, il correspond au cumul des pertes des exercices antérieurs qui n'ont pas été imputées sur d'autres éléments des capitaux propres.

5.1.3 Les provisions

Ce sont des fonds constitués pour faire face à l'accomplissement d'un événement probable concernant les activités de la banque ; on peut citer deux types de provisions :

5.1.3.1 Provision réglementée (dont la constitution est obligatoire)

5.1.3.2 Provision pour risques et charges

Elle représente une partie sacrifiée, au moins provisoire par les associés à la distribution d'une partie du résultat net.

5.2 Les ressources externes

5.2.1 Les dépôts

Ce sont des fonds reçus par la banque qui peuvent être soit de la trésorerie de l'entreprise, soient constitués par les particulier, avec ou sans stipulation d'intérêt avec le droit pour la banque d'en disposer pour les besoins de son activité, mais à condition d'assurer au déposant un service de caisse. Il y a deux types de dépôts :

5.2.1.1 Dépôts à vue

C'est quand le déposant peut retirer à tout moment les fonds de chez la banque ; le déposant ne bénéficie pas d'intérêt ; le virement de ces dépôts se fait par les chèques bancaires ou par ordre de paiement libellé par la clientèle.

5.2.1.2 Dépôts à terme

C'est à terme quand le client est engagé à retirer les sommes déposées à une échéance déterminée. Les dépôts à terme sont considérés comme des prêts dans ce cas, le déposant bénéficie d'un intérêt ; ce dernier est déterminé selon la durée des dépôts.

5.2.2 Les dettes

Elles contiennent l'ensemble des obligations caractérisées par la banque suite à ses relations avec les autres banques qu'elles soient locales ou étrangères. La loi permet à la

banque d'utiliser ce genre de ressources sous son entière responsabilité pour accorder des crédits aux agents économiques qui ont besoin de capitaux pour investir, produire ou consommer ainsi que pour la gestion des moyens de paiement.

6- Typologie des banques

Concernant la typologie des banques, nous distinguons généralement quatre catégories

6.1. Banque centrale (banque d'Algérie)

La Banque Centrale d'Algérie fut créée par la loi numéro 62-144 votée par l'Assemblée constituante le 13 Décembre 1962, portant création et fixant les statuts de la Banque Centrale. Les banques centrales sont des institutions nationales ou supra-nationales à but non lucratif qui émettent de la monnaie. Elles prêtent essentiellement aux banques commerciales. La banque centrale c'est une institution qui gère la monnaie d'un pays. Elle émet des billets de banque (d'où leurs noms d'institutions d'émissions), met en œuvre la politique monétaire, conserve les réserves de change d'un pays et surveille le système financier.⁹

Donc une banque centrale a pour rôle de réglementer et superviser les opérations des différentes banques, de veiller à leur solvabilité à l'égard des déposants, de superviser la production de monnaie par ces banques, et d'en réguler l'usage par le biais du taux directeur. La théorie économique y voit un moyen de réguler la croissance, via l'incitation à l'épargne ou à la consommation, et d'agir sur l'inflation. La Banque d'Algérie a pour mission de maintenir dans le domaine de la monnaie, du crédit et des changes, les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie¹⁰.

6.2. Banque universelle

La banque universelle est l'envergure de la gamme des produits et services offerts. En effet, un établissement bancaire universel ambitionne d'être le principal interlocuteur d'une large clientèle en répondant à leurs divers besoins financiers, souvent ces clients sont attirés par l'avantage de sécurité et confrontés par le fait que la banque concernée a les moyens

⁹ MIKDASHI Z. : les banques à l'ère de la mondialisation, éd. ECONOMICA, paris 1998,

¹⁰ www.bank-of-algeria.dz (consulté le : 02/07/2018)

appropriés (expérience, ressources matérielles, management) pour obtenir les avantages de diversifier ses activités.

6.3. Banques primaires (banques commerciales)

Elle comprend trois catégories de banques qui se présentent comme suit :

6.3.1 Banques de dépôts

Elles se définissent aussi par le terme “ banques de crédit “ puisque leur rôle est de collecter l'épargne des déposants sous forme de dépôt à vue et de les redistribuer sous forme de crédit à court terme. Ces banques jouent un rôle important dans le circuit des capitaux (financement).

6.3.2 Banques d'affaire

Les banques d'affaires sont des banques qui s'engagent sur le long terme par le biais de participations dans des entreprises. Elles financent sur leurs fonds propres ou sur des emprunts à long terme des projets économiques (création, développement des sociétés) leurs rôles sont essentiels dans la mesure où leurs participations leur permettent d'avoir des sièges aux conseils d'administration des plus grandes entreprises et donc intervenir dans la gestion de celles-ci.

6.3.3 Banque de crédit à moyen et long terme

Sont celles dont l'activité principale consiste à ouvrir des crédits dont l'échéance est égale ou inférieure à deux ans, elles ne peuvent pas recevoir des dépôts sauf autorisation pour une échéance inférieure à cette durée.

6.4. Les Banques islamiques

« *Le système bancaire islamique qui possède des préceptes de l'islam, s'organise autour de trois principes fondamentaux à savoir:*

- *Interdiction de fixation de taux d'intérêt;*
- *Partage du profit ou des pertes résultant d'investissements;*
- *Promotion des investissements productifs, créateurs de richesses et d'emplois.»¹¹*

¹¹ .BOUYAKOUB F. « l'entreprise et le financement bancaire », éd. CASBAH, Alger, 2003, PP.271, 272.

6.5 Banque privée

Une banque privée est une banque qui rend des services financiers très personnalisés et sophistiqués souvent résumés sous l'expression « *gestion de fortune* », à des particuliers détenant un patrimoine net « *important* ». En Suisse, c'est un statut de banques ne faisant pas appel à l'épargne et dont les actionnaires sont responsables de façon illimitée du sort des pertes éventuelles.

7- Les risques générés par les activités bancaires

De par les activités qu'elle exerce, la banque est exposée à un ensemble de risques et de pertes. De ce fait, toutes les banques sont assujetties à une réglementation.

7.1 Le risque d'insolvabilité

Le risque majeur qu'encourt la banque lors d'une opération de crédit, est la perte des capitaux qu'il a engagés en faveur de son client. En effet, le risque d'insolvabilité est le risque le plus dangereux et le plus enregistré. Appelé, également, risque de non remboursement, il s'agit du non paiement des sommes dûes par le client à échéance et se traduit par la perte partielle ou totale de la créance détenue par la banque sur son client débiteur. L'évaluation de ce risque peut se faire, à partir, de l'analyse et le diagnostic de la valeur liquidative de l'entreprise, son endettement et l'évolution de ses fonds propres nets. Le risque de non remboursement apparaît quand le client, suite à la détérioration de sa situation financière, se trouve dans l'incapacité ou refuse de rembourser les sommes dont il est redevable¹².

7.2 Le risque d'immobilisation

Le risque d'immobilisation appelé aussi « *risque de trésorerie* » se localise au plan des rapports entre la banque et ses déposants. La banque assure un équilibre entre la liquidité de ses emplois et l'exigibilité de ses ressources en procédant au refinancement de ses crédits auprès de la Banque Centrale ou du marché monétaire. Le risque abordé, ici, prend effet lorsque cet équilibre est rompu, c'est-à-dire quand le terme des ressources d'une banque est plus court que celui de ses emplois¹³.

¹² Idem Page. 20.

¹³ Hadj Sadek Taher « les risques de l'entreprise et de la banque » Edition Dahlab, Alger 2007. Page 87.

7.3 Le risque de taux d'intérêt

Le risque de taux peut être défini comme étant « *le risque de perte ou de gain encouru par une banque détenant des créances et des dettes dont les conditions de rémunération obéissent à un taux fixe. Il résulte de l'évolution divergente du coût des emplois avec le coût des ressources. Il représente pour un établissement du crédit, l'éventualité de voir sa rentabilité ou la valeur de ses fonds propres affectée par l'évolution des taux d'intérêt* »¹⁴

7.4 Le risque de change

Il est défini « *comme une perte entraînée par la variation des cours de créance ou des dettes libellées en devises par rapport à la monnaie de référence de la banque* »¹⁵

Le pourvoyeur de fonds qui prête à une personne physique ou morale basée à l'étranger se trouve face un risque de change. Le risque de change résulte de la variation du taux de change de la monnaie nationale par rapport à la monnaie étrangère, dans laquelle le prêt est libellé. Par conséquent, une hausse du cours de change se traduit par un gain de change et une baisse du cours se traduit par une perte de change.

7.5 Le risque de liquidité

Le risque de liquidité est appelé aussi risque d'illiquidité, est considéré comme un risque majeur, du fait qu'il est lié à l'activité d'intermédiation traditionnelle de la banque. En effet, le risque d'illiquidité est « *le risque, pour un établissement du crédit d'être dans l'incapacité de rembourser ses dettes à court terme, tout particulièrement ses dettes à vue (dépôts à vue et emprunt interbancaires au jour le jour), parce que les actifs détenus par cet établissement seraient à plus long terme et /ou ne seraient pas susceptibles d'être cédés sur un marché liquide* »¹⁶.

7.6 Le risque de marché

« *c'est la perte potentielle résultant de la variation des prix des instruments financiers détenus dans le portefeuille de négociation ou dans le cadre de l'activité de*

¹⁴ AUGROS Jean Claude et Michel Queruel « Risque de taux d'intérêt et gestion bancaire » Edition Economica, Paris 2000. Page 16.

¹⁵ ROUACH Michel et Gérard Naulleau « le contrôle de gestion bancaire et gestion financière » 3^{ème} édition, Revue banque éditeur, Paris 1998. Page 312.

¹⁶ CALVET Henri, « établissement de crédit : appréciation, évaluation et méthodologie de l'analyse financière » Edition Economica, Paris, 1997.P 85.

marché dite aussi de trading ou de négoce. Ces instruments financiers sont soumis au risque de taux d'intérêt, au risque de change, au risque sur titre de propriété et sur produits de base »¹⁷

7.7 Le risque systémique

On appelle risque systémique le risque qu'un événement particulier entraîne par réactions en chaîne des effets négatifs considérables sur l'ensemble du système pouvant occasionner une crise générale de son fonctionnement. Le risque systémique est inhérent au système bancaire et financier, au fait des interrelations existant dans ce secteur entre les différentes institutions et les différents marchés.

Section02 : La banque et le financement des PME

1- Définition de la PME

Il existe une multitude de définitions, la plupart d'entre elles privilégient des approches par les statistiques : nombre d'emplois, capital, chiffre d'affaires...

Ainsi en Union Européenne, une recommandation du 30 avril 1996 définit la PME comme étant : « *une entreprise indépendante financièrement, employant moins de 250 salariés avec un chiffre d'affaires plafonné à 40 millions d'euros* » Alors aux Etats Unis la fourchette supérieure va jusqu'à 500 salariés.

En ce qui concerne l'Algérie, la définition la plus admise est celle de la loi 01-18 du 12 décembre 2001 portant la loi de la promotion de la petite et moyenne entreprise. Cette définition se base sur un ensemble de critères à savoir : les effectifs, le chiffre d'affaires, le bilan annuel et l'indépendance financière.

Dans son article 4 : « *la petite et moyenne entreprise, PME est définie, quelque soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et ou de services employant une à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires n'excède pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars et qui respecte les critères d'indépendance* »¹⁸.

¹⁷ Antoine Sardi et Henri Jacob « management des risques bancaires » Edition Afgee, Paris 2003. Page 99.

¹⁸ Loi du 01-18 du 12 décembre 2001, portant à l'orientation sur la promotion de la PME

Pour plus de précision nous retiendrons les définitions suivantes :

La moyenne entreprise est définie comme étant « *une entreprise employant de 50 à 250 personnes et dont le chiffre d'affaires est compris entre 200 millions de dinars et 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel est compris entre 100 et 500 millions de dinars* »¹⁹

La petite entreprise est définie comme « *entreprise employant de 10 à 49 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas les 200 millions de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 100 millions de dinars* »²⁰

La micro entreprise elle est définie comme : « *une entreprise employant de un (1) à neuf (9) personnes et réalisant un chiffre d'affaires annuel inférieur à quarante (40) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas vingt (20) millions de dinars algériens.* »²¹

2- Typologies des PME

Les petites et moyennes entreprises peuvent être classées selon plusieurs critères à savoir :

2.1 Classification selon la forme juridique

2.1.1. Les entreprises de secteur privé

Ce sont les entreprises dont les capitaux techniques et financiers sont détenus à part entière par des particuliers, ce qui permet la distinction suivante :

2.1.1.1 Entreprise individuelle(EI)

Ce type d'entreprise s'adapte à la forme de l'entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL), que le code de commerce algérien a introduit par le décret législatif 93-08 du 23-04-1993. « *Elle ne comporte qu'une seule personne, en tant qu'associé* » au « *nom personnel* » très simple car il n'y a pas de séparation entre le patrimoine de l'entreprise et de l'entrepreneur, cela présente toutefois des risques importants en cas d'échec.

2.1.1.2. Entreprise Sociétaire

La définition légale de la société est stipulée dans l'article 416 du code civil algérien qui l'assimile à : « *un contrat par lequel deux ou plusieurs personnes physiques ou morales*

¹⁹ Article 5 de la loi 01-18 du 12 décembre 2001, portant à l'orientation sur la promotion de la PME

²⁰ Article 6 de la loi 01-18 du 12 décembre 2001, portant à l'orientation sur la promotion de la PME

²¹ Article 7

conviennent à contribuer à une activité commune, par la prestation d'apports, en industrie, en nature ou en numéraire, dans le but de partager le bénéfice qui pourra en résulter, de réaliser une économie ou, encore de viser un objectif économique d'intérêt commun »²².

L'entreprise sociétaire à plusieurs formes, telles quelles sont déterminées dans le code de commerce algérien et d'après l'analyse des articles 544 à 795, sélectionnées initialement en sociétés de personnes (Société en Nom Collectif, Société en Commandité Simple), sociétés de capitaux (Société Par Actions et Société en Commandité par Action) et société hybride (Société à Responsabilité Limitée). L'entreprise sociétaire a plusieurs formes :

a) Société en Nom Collectif (SNC)

Dans ce type, les associés ont la qualité de commerçants, ils partagent équitablement le profit et les pertes.

b) Société A Responsabilité Limitée (SARL)

C'est une société où la responsabilité des associés se limite à la part de leur montant de leurs apports. La société est constituée de deux (02) associés au minimum et vingt (20) au maximum, ces associés sont représentés par des parts sociales.

c) Entreprise Unipersonnelle de Responsabilité Limitée (EURL)

« Lorsque la société à responsabilité limitée ne comporte qu'une seule personne en tant qu'associé unique, celle-ci est dénommée Entreprise Unipersonnelle à responsabilité Limitée »²³. Cette forme a été créée pour limiter les risques encourus par les entrepreneurs individuels endettés. L'EURL permet aux entrepreneurs de limiter leur responsabilité au montant de l'apport de l'unique associé. La gouvernance est peut être assurée par l'associé unique, comme par une personne tiers.

²² Code civil algérien, 2007.

²³ Article 564 du code de commerce algérien, 2007, page 142

d) Société Par Actions (SPA)

« La société par actions est la société dont le capital est divisé en actions et qui est constituée entre des associés qui ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports »²⁴.

2.1.2 Les entreprises du secteur public

Ce sont des entreprises où l'intégralité du capital et du pouvoir de décision appartient à une collectivité publique, ces entreprises tendent aujourd'hui à se réduire avec la mise en œuvre de programme de privatisation. On distingue²⁵ :

2.1.2.1 Les régies

Sont des entreprises n'ayant pas de personnalité morale et de budget autonome, mais sont soumises aux règles de la comptabilité publique.

2.1.2.2 Les établissements publics

Ont une personnalité morale et un budget autonome, dirigé par un conseil d'administration et un directeur général. Elles peuvent être des hôpitaux, écoles, centres de soins et comme elles peuvent avoir un caractère d'établissement public industriel ou commercial.

2.1.2.3 Les sociétés nationales

Sont des firmes où l'intervention des pouvoirs publics se fait par un contrat et nomination des directeurs, elles obéissent aux règles de la comptabilité privée et doivent réaliser des bénéfices. Elles sont de plus en plus rares du fait des privatisations

2.1.2.4 Les exploitants publics (la poste)

Entreprise disposant d'une autonomie financière et d'une liberté de gestion dans le cadre d'un cahier des charges.

²⁴ Article 592 du code de commerce algérien, 2007, page 150

²⁵ BRESSAY Gilles, CHLISTION Konkuyt ; « Economie d'entreprise ; édition : 7 de DALLOZ ; France, 2004.p

2.1.3 Les entreprises semi-publiques

Elles sont appelées communément les entreprises d'économie mixte, concessions et régie.

2.1.3.1 Les Sociétés d'Economie Mixte(SEM)

Ce sont des sociétés anonymes regroupant des capitaux publics et privés²⁶

2.1.3.2 Les concessions

Sont des entreprises privées auxquelles une collectivité publique a confié l'exploitation d'un service public dans certaines conditions.

2.2 Classification selon la nature des produits

Selon la nature des produits de l'entreprise, on peut distinguer :

2.2.1 Les PME de production de biens de consommation

Regroupent les entreprises de textile et cuir, les entreprises alimentaires et celles de papier et divers.

2.2.2 Les PME de production de biens intermédiaires

C'est l'ensemble des entreprises de transformation des métaux, les entreprises des matériaux de construction et enfin les mines et carrières.

2.2.3 Les PME de production de biens d'équipement

Regroupent l'ensemble des entreprises qui réparent les véhicules et remorques, et assemblent les pièces importées, généralement ces entreprises utilisent des technologies plus importantes.

2.3 Classification de la PME selon le domaine de leur activité

Cette classification se fait au niveau macro-économique où s'opère une distinction entre le secteur d'activité, la branche d'activité et la filière de production.

²⁶ GILLER Bressay, CHLISTION Konkuyt ; « Economie d'entreprise ; édition : 7 de DALLOZ ; France, 2004, p20

2.3.1 Classification sectorielle

Le secteur d'activité est un ensemble d'entreprises exerçant une même activité principale. On distingue trois secteurs d'activité :

2.3.1.1 Le secteur primaire

Ce secteur regroupe toutes les entreprises dont l'activité principale est en rapport avec la nature, c'est-à-dire celles qui travaillent dans les domaines de l'extraction ou l'exploitation forestière.

2.3.1.2 Le secteur secondaire

Comprend les entreprises de transformations. Autrement dit, l'ensemble des entreprises dont l'activité principale consiste à produire des biens économiques : industries, bâtiments et travaux pêche...).

2.3.1.3 Le secteur tertiaire

Recouvre les activités de service et à son tour il comprend toutes les entreprises dont la fonction principale consiste à fournir des services à des particuliers, banques, assurances, transport, etc.).

2.3.2 Classification par branche d'activité

La branche est un ensemble d'entreprises ou d'éléments d'entreprises produisant le même type de biens. Ce classement est très important, car il permet d'observer les mêmes problèmes pour les entreprises appartenant à la même branche étant donné que celle-ci utilisent les mêmes technologies, les matières premières et par conséquent sont confrontées à un même marché principal.

2.3.3 La classification par filière d'activité

Le concept de filière de production est une notion de l'économie industrielle désignant l'ensemble des activités complémentaires pour des raisons techniques et commerciales et qui participent aux différentes étapes du processus de la production d'une même catégorie de biens ou services. Autrement dit, c'est le prolongement logique de la branche puisque elle a pour finalité de mettre en évidence le cheminement d'un produit de la matière première au produit final.

3- Les besoins financiers des PME

Les besoins de financement de l'entreprise se manifestent en matière de besoins liés au cycle d'exploitation de l'entreprise, notamment le financement des stocks et le besoin de fonds de roulement. Aussi, elle exprime des besoins en matière de financement de projets d'investissement (extension, renouvellement des équipements, investissement de création).

3.1 Les besoins liés au cycle d'investissement

3.1.1 La notion d'investissement

L'investissement consiste fondamentalement à engager du capital dans le processus de production. Il est défini comme étant « *l'engagement d'un capital dans une opération dans laquelle on attend des gains futurs, étalés dans le temps* »²⁷. Par nature, l'investissement constitue un pari qui revient à échanger une satisfaction immédiate et certaine contre un espoir de gain. Autrement dit, L'investissement est l'emploi de capitaux visant à accroître la production d'une entreprise ou à améliorer son rendement, il s'évalue par la confrontation des dépenses certaines et des recettes aléatoires²⁸.

3.1.2 La notion de cycle d'investissement

Le cycle d'investissement est un cycle généralement long car, les opérations se déroulent sur un certain nombre d'années, et qui accompagne le développement de l'entreprise et conditionne sa pérennité et son efficacité. « *Le cycle d'un investissement, qui s'identifie à sa durée de vie, se termine lorsque l'actif ne contribue plus à sécréter de flux de liquidités, soit parce qu'il est cédé, soit parce qu'il est déclassé* »²⁹.

3.1.3 Les besoins de financement relatifs au cycle d'investissement

Lors de la création de l'entreprise, et puis au cours de son développement, le rythme des investissements dépendra des stratégies choisies. Le maintien de la capacité de production dans le cadre de stratégies de focalisation ou de spécialisation, sans accroissement de l'activité, ne nécessitera souvent que des investissements de remplacement lorsque les équipements arrivent en fin de vie ou sont devenus insuffisamment performants. Alors que les

²⁷ J.BARRREAU et J.DELAHAYE (2000), « Gestion financière », 9ème Ed DUNOD, Paris, p319.

²⁸ Bertrand BLANCHETON (2009), « Maxi fiches de sciences économiques », Ed DUNOD, Paris, p12

²⁹ Gérard CHARREAUX (2000), « Finance d'entreprise », 2ème Edition EMS, p 28

stratégies de diversification, de domination par les coûts ou de croissance interne se traduiront par un rythme d'investissements de modernisation ou de capacité destinée à accroître la capacité de production plus soutenue. Enfin, les stratégies de croissance externe ou internationalisation exigent souvent des investissements financiers (prises de participations, filiale commune, acquisitions..) ponctuels mais importants.

En effet, aucune stratégie ne peut être mise en œuvre sans avoir préalablement estimé les besoins de financement liés aux investissements nécessaires.

3.2 Les besoins liés au cycle d'exploitation

3.2.1 La notion du cycle d'exploitation

Le cycle d'exploitation est constitué de l'ensemble des opérations réalisées depuis l'achat des matières premières jusqu'à l'élaboration et la commercialisation par l'entreprise des produits finis. La notion de cycle d'exploitation correspond à l'intervalle de temps qui s'écoule entre l'entrée des matières ou des biens dans l'entreprise et la vente des produits ou des services sur le marché. Généralement, le cycle d'exploitation est un cycle court, régulier et continu.

3.2.2 Les besoins de financement relatifs au cycle d'exploitation

Nous pouvons résumer les besoins liés à l'exploitation comme suit :

3.2.2.1 Les stocks

pour assurer son fonctionnement normal, toute entreprise doit avoir un stock pour faire face, soit à la demande de la clientèle (stocks de produit finis), soit pour des fins de production (matières premières), or, la détention des stocks implique un coût pour l'entreprise, ce qui rend ainsi nécessaire une gestion efficace et rationnelle de ces stocks afin de limiter les coûts et donc minimiser les besoins de financement.

Les besoins de trésorerie

L'entreprise doit faire face à des dépenses importantes telles que : les salaires, les entretiens de matériels, les impôts et taxes, les frais divers de gestion....

3.2.3 La notion de besoin en fonds de roulement

Le Besoin en Fonds de Roulement (BFR) se définit comme « *le solde des emplois circulant hors trésorerie active (stocks, clients, autres créanciers...) sur les dettes courantes hors trésorerie passive* »³⁰. Ce solde peut être un solde débiteur ou créditeur.

Le besoin en fonds de roulement d'exploitation est composé des comptes suivants :

3.2.3.1 les stocks (matières premières, produits et travaux en cours, produits en cours, produits finis),

3.2.3.2 les créances d'exploitation (encours clients, avances et acomptes versés sur commandes à des fournisseurs, autres créances d'exploitation, charges constatées d'avance, effets escomptés non échus),

3.2.3.3 dettes d'exploitation (dettes fournisseurs, dettes fiscales et sociales, avances sur commande reçues de clients, produits constatés d'avance et autres dettes d'exploitation).

Enfin, pour que l'entreprise arrive à produire et vendre, il est nécessaire d'utiliser les ressources financières, donc ne peut survivre que si elle réussit à mobiliser les ressources nécessaires au maintien de son cycle d'exploitation et au financement de ses investissements.

4- Les sources de financement des PME

Pour bien appréhender et comprendre les rouages du financement des entreprises, il nous apparaît utile d'en donner une définition, financer consiste à réunir les moyens à bonne fin de réaliser une opération, c'est donc faire en sorte que soient couverts en fin de période, les besoins de ressources en argents ou en moyens de paiement. Une partie du financement est destinée à l'acquisition de moyens de production, c'est-à-dire l'investissement. Une autre partie permet de satisfaire les besoins financiers nés du cycle d'exploitation³¹.

Donc, le financement est l'ensemble des techniques et des moyens de règlement mis en œuvre pour la réalisation d'un projet économique et les moyens financier nécessaires à la création, au fonctionnement ou au développement d'une entreprise.

³⁰ MANCHON Ric, « Analyse bancaire de l'entreprise », 5ème édition, ECONOMICA, Paris, 2001 p135.

³¹ BERNARD Yves, Jean Claude COLI, « dictionnaire économique et financier », seuil, Paris, 1996, p698

4.1. Le financement interne

Le financement interne est la première forme de financement, elle consiste pour l'entreprise de financer ses investissements et sa croissance avec ses propres ressources sans faire appel à d'autres capitaux étrangers. Les propriétaires-dirigeants des PME ont une préférence pour le financement interne puisqu'il leur permet de garder le contrôle de leurs entreprises et leur indépendance financière.

Il existe plusieurs types de financement interne :

4.1.1. L'autofinancement

L'autofinancement constitue la première source de financement dont dispose l'entreprise et qu'elle dégage grâce à ses activités. C'est le moyen de financement le moins risqué mais le moins avantageux, en terme de croissance, pour une entreprise.

4.1.2. L'augmentation des fonds propres

L'augmentation des capitaux est une autre source de financement interne après l'autofinancement, elle est très utilisée par les PME et la majorité des entreprises familiales. L'entreprise peut se financer, sans recourir aux fonds externes, soit avec de nouveaux apports des actionnaires existants ou du propriétaire, soit par l'incorporation des réserves ou bien à travers les compte courant des associés

4.1.3. Cession des éléments d'actifs

Le financement par cession d'éléments d'actif consiste à la liquidation de certaines immobilisations de l'entreprise pour financer une activité ou un investissement. Cette opération peut être le résultat d'un renouvellement normal des immobilisations, de la nécessité d'utiliser ce procédé pour obtenir des capitaux, comme elle peut faire l'objet de mise en œuvre d'une stratégie de recentrage qui consiste à l'abandon de quelques activités pour se concentrer sur une activité dominante. La cession des éléments d'actifs touche les immobilisations corporelles, incorporelles et financières détenues par l'entreprise dans son actif ou dans une autre entreprise. Cette cession génère parfois des sommes considérables avec lesquelles l'entreprise peut financer son exploitation et ses investissements.

4.2. Le financement externe

L'entreprise doit trouver des sources de financement pour son cycle d'exploitation et chercher à optimiser les coûts liés à ces financements. L'insuffisance des capitaux propres se manifeste lors de la réalisation des événements importants dans la vie de l'entreprise tels que des projets d'investissements. Elle doit faire appel à l'extérieur, tel que le secteur bancaire, le marché financier et à d'autres moyens de financement pour augmenter ses fonds propres. Cela peut apparaître comme une fatalité à l'égard de l'insuffisance des sources internes de financement.

4.2.1 Le financement externe direct (marché financier)

Pour répondre à ses besoins de financement, l'entreprise peut solliciter directement les agents à capacité de financement. Le lieu où s'effectue cette rencontre est le marché financier. Celui-ci constitue en effet, le moyen par lequel l'entreprise dispose des capitaux nécessaires lui permettant de couvrir ses besoins de financement.

4.2.2 Le financement externe indirect (crédit bancaire)

Le financement bancaire constitue la première forme de financement externe à laquelle les PME font appel. En effet, la difficulté d'accéder aux autres moyens de financement et la volonté de garder le contrôle poussent les propriétaires-dirigeants des PME à privilégier le financement bancaire. Le financement bancaire permet d'atténuer les insuffisances des capitaux propres sur l'équilibre financier des entreprises. Selon sa maturité, le crédit bancaire peut être accordé à court, moyen ou long terme.

4.2.2.1 crédits bancaires destinés au financement de l'exploitation

a. Les crédits par caisse ou crédits directs

On distingue deux types de crédit par caisse : les crédits par caisse globaux et les crédits par caisse spécifique.

a.1 Les crédits par caisse globaux

Ces crédits sont destinés à financer globalement les actifs cycliques du bilan sans être affectés à un objet précis. Ils sont généralement appelés **crédits par caisse ou crédits en blanc** car, d'une part, ils sont utilisables par le débit d'un compte, et d'autre part, ils ne sont

assortis d'aucune garantie sauf la promesse de remboursement du débiteur. Ce sont donc, des concours à risque très élevé. De ce qui suit, on peut distinguer parmi les crédits d'exploitation globaux :

a.1.1 La Facilité De Caisse

L'insuffisance de facilité de caisse est un concours bancaire consenti à l'entreprise, destiné à faire face à une momentanée de trésorerie due à un décalage de courte durée entre les dépenses et les recettes.

a.1.2 Le Découvert

Le découvert est un crédit qui est destiné au financement d'une insuffisance temporaire de trésorerie qui ne doit pas excéder une année. Toutes les entreprises capables de justifier des besoins réels en rapport avec leur activité peuvent bénéficier d'un découvert.

a.1.3 Le Crédit de Campagne

C'est un crédit accordé aux entreprises ayant une activité saisonnière (Dans cette activité, les sorties de fonds destinés à la production se font dans une période relativement courte, mais les entrées de fonds proviennent progressivement tout le long de l'exercice. Ce décalage entre les entrées et les sorties de fonds pousse les gestionnaires de ce type d'activité à faire appel à un crédit de campagne³².

a.1.4 Le Crédit Relais ou de Soudure

« Le crédit de relais est un crédit consenti en participation d'une rentrée certaine ou quasi certaine dont l'issue est constituée par cette rentrée. Il permet au client de disposer de fonds de signature d'un compromis de vente et en attendant sa réalisation. Il est consenti par une banque à son client en attendant le dénouement d'une opération qui assurera le remboursement cette dernière peut être une émission d'obligations ou une cession d'actifs ou autres ressource »³³.

³²LAKHLEF, Brahim, « création et gestion d'entreprise », Edition Alger, 2009, p140.

³³ Idem p 20

a.2 Les crédits par caisse spécifiques

Ce sont des crédits destinés à financer un poste bien déterminé de l'actif circulant d'une entreprise. Autrement dit, ils ont un objet bien précis et particulier qui constitue en lui-même une garantie de remboursement. Les risques que prend le banquier lors de ces opérations sont d'ordre commercial ; le dénouement du crédit est tributaire de la capacité de l'entreprise à mener à bien les opérations traitées avec les tiers, d'une part, et des qualités morales et financières des mêmes clients de l'entreprise. D'autre part, ils offrent au banquier un niveau de sécurité satisfaisant du fait de l'affectation en garantie de l'objet financé.

Parmi ces crédits, nous trouvons :

a.2.1 L'escompte commercial

Elle est définie comme « *L'opération de crédit par laquelle le banquier met à la disposition d'un client le montant d'une remise d'effets sans attendre leur échéance. Le recouvrement des effets, qui lui sont cédés en pleine propriété, doit normalement procurer au banquier escompteur le remboursement de son avance* »³⁴. Autrement dit, l'escompte permet à un fournisseur (porteur ou cédant) de mobiliser, avant terme les créances qu'il détient sur sa propre clientèle en les cédant, en cas de besoin, à son banquier (cessionnaire) qui le règle par anticipation et se charge à l'échéance du recouvrement sur l'acheteur. Le banquier prélève sur le montant de l'effet escompté, une somme appelée elle-même escompte qui correspond à l'ensemble des intérêts et des commissions.

a.2.2 Avance sur marchandise

C'est une avance sur marchandises gagée au profit du prêteur et réalisée par escompte du warrant. L'avance sur marchandises consiste en le financement de ces dernières qui sont remises en gage. Ce crédit permet de financer un stock de marchandises nanties en faveur de la banque. L'entreprise (client) doit être dépossédée de ses marchandises remises en gage du banquier. De plus, la banque ne financera jamais la totalité des stocks. Le financement des marchandises est limité à hauteur de 70% à 80% de leur valeur marchande.

Cette technique de financement reste très risquée pour le banquier qui doit estimer la valeur, la qualité et la liquidité du gage. Ce type de crédit est accordé à des clients très biens

³⁴ Chainel A, « La banque et l'entreprise : les techniques actuelles de financement », édition la revue banque, 1989, p101

sélectionnés. La technique d'avance sur marchandises peut se réaliser également par l'escompte du warrant. Cette formule se caractérise par un certain nombre d'avantages par rapport à une simple avance sur marchandises

a.2.3 Avance sur marché public

Les marchés publics sont des contrats passés entre, d'une part, les administrations ou les collectivités Publiques et, d'autre part, les fournisseurs ou les entrepreneurs publics ou privés, en vue de l'acquisition de fournitures; la réalisation de travaux ou la prestation de services.

a.2.4 Le factoring (l'affacturage)

Il est défini comme : *« un contrat par lequel un établissement de crédit spécialisé, appelé factor. Le factoring est un acte au terme duquel une société spécialisée appelée FACTOR devient subrogée aux droits de son client appelé adhérent en payant ferme à ce dernier le montant intégral d'une facture à échéance fixe résultant d'un contrat et en prenant à sa charge moyennant une rémunération, appelée le risque de non-remboursement».*

b. Les crédits d'exploitation indirecte (par signature)

Cette catégorie de crédit, contrairement aux crédits par caisse, n'entraîne aucun décaissement effectif de la part du banquier. Il existe trois formes de crédit par signature :

b.1 Le crédit par acceptation

L'acceptation est la signature que le tiré appose sur la traite et par laquelle il s'engage à payer l'effet à l'échéance. En acceptant l'effet de commerce tiré sur lui par son client, le banquier permet à ce dernier d'obtenir un crédit en escomptant l'effet.

b.2 Le crédit par aval

L'aval est l'engagement pris par le banquier pour garantir un effet de commerce. L'aval peut être donné sur la traite ou par un acte séparé. Il est exprimé par la mention *« bon pour aval »* accompagnée de la signature du banquier. L'aval est accordé par un banquier pour garantir l'engagement de son client (l'entreprise) envers des particuliers.

b.3 Le crédit par caution

Selon l'article 644 du code civil, le cautionnement se définit comme suit : « *Le cautionnement est un contrat par lequel une personne garanti l'exécution d'une obligation et s'engage envers le créancier à satisfaire a cette obligation si le débiteur n'y satisfait pas lui – même* »³⁵.

4.2.2.2 Le financement des investissements

On peut citer deux types du crédit, l'un à court terme et l'autre qui englobe le moyen et le long terme. Il existe une autre forme de crédit permettant à l'entreprise d'acquérir des investissements, c'est « *le crédit-bail* » ou « *leasing* ». En général, les crédits d'investissement sont destinés à financer l'immobilisation du bilan de l'entreprise.

On a deux types de crédit d'investissement :

- Les crédits d'investissement classiques,
- Les crédits d'investissement spécifiques.

a- Les crédits d'investissement classiques

Ils peuvent être accordés soit à moyen terme ou à long terme.

a.1 Le crédit à moyen terme

Les crédits à moyen terme sont des crédits dont la durée se situe environs entre deux et sept ans. Ces crédits sont généralement destinés à financer l'acquisition de moyens de transport, des machines d'engins des travaux publics, c'est-à-dire ceux dont la durée d'amortissement est égale à la durée de remboursements de ces crédits.

a.2 Les crédits à long terme

Ce type de crédit est destiné au financement de l'actif immobilisé et sa durée d'amortissement est variée de sept ans à vingt ans (7-20 ans). Ils sont destinés généralement à financier des investissements lourds. C'est-à-dire ce dont la durée l'amortissement va au-delà de sept ans, telles que les constructions (hôtels, usines, acquisition d'une usine de production, etc.). On trouve principalement le crédit bail qui est défini comme : « *un contrat par lequel une personne, le crédit-bailleur (société de financement, banque) achète un bien (mobilier ou*

³⁵ BOUYACOUB F, « L'entreprise et le financement bancaire », casbah éditions, Alger, 2000.p236.

immobilier) et le met à la disposition d'une autre personne, le preneur (locataire), moyennant le paiement d'un loyer. Le locataire n'est donc pas juridiquement propriétaire du bien mis à sa disposition. Ce contrat est assorti d'une promesse unilatérale de vente ; donc au terme de la durée du bail, le preneur peut, soit racheter ce bien à un prix convenu d'avance et fixé par le contrat de crédit-bail, soit continuer à louer, soit mettre fin au contrat ».³⁶

b. Les crédits d'investissement spécifiques

Il concerne les crédits de financement de l'emploi de jeunes, soutenus par l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (A.N.S.E.J), les microcrédits appuyés par l'agence nationale de gestion de microcrédits (A.N.G.E.M) et les crédits de soutien à la création d'emplois par les chômeurs promoteurs âgés de trente à cinquante ans.

b.1 L'Agence Nationale de Développement des Investissements (ANDI)

Créée en 2001, « *L'Agence Nationale de Développement des Investissements est un établissement public dotant d'une personnalité morale et d'une autonomie financière, pour :*

- *Assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements.*
- *Accueillir, informer et assister les investisseurs résidents et non-résidents.*
- *Fournir les prestations administratives à travers un guichet unique.*
- *Gérer le Fonds d'Appui à l'Investissement.*
- *Assurer le respect des engagements pris par les investisseurs au cours de la période d'exemption»³⁷*

b.2 L'Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

C'est un dispositif qui permet aux jeunes chômeurs (19 à 35-40 ans) de créer leur propre emploi et de réaliser leur projet professionnel selon leurs qualifications en collaboration avec les banques publiques. « *Cette agence offre son soutien financier sous différentes formes : subventions financières, fiscales et parafiscales. Les subventions financières prennent la forme des prêts sans intérêt, à long terme accordés par l'agence exonérée de paiement des intérêts »³⁸*

³⁶ <http://www.vernimmen.net/html/recherche.html?q=cr%C3%A9dit%20bail>; (consulté le :15/07/2018).

³⁷ Farida MERZOUK, « PME et compétitivité en Algérie », Université de Bouira, page 9

³⁸ Idem, p8

b.3 La Caisse Nationale de l'Allocation Chômage (CNAC)

Dans le cadre de la politique nationale de lutte contre le chômage et la précarité. La CNAC a mis en œuvre un dispositif de soutien à la création de l'activité économique par un appui financier aux chômeurs de 30 à 50 ans en offrant plusieurs avantages pouvant atteindre les 10 millions de DA. Le dispositif inclut un système de bonification des taux d'intérêts, réduction des droits de douanes, des exonérations fiscales...

5- La relation Banque-PME

Les PME occupent une place importante dans le portefeuille des banques, ces dernières contribuent d'une façon indiscutable au financement des entreprises. Les banques se prémunissent d'avantage de tous les risques qui peuvent se présenter dans une telle relation avec d'entreprise.

5.2 L'intermédiation bancaire et comportement à l'égard des PME

L'intermédiation bancaire augmente l'efficacité économique, en rémunérant l'épargne des déposants et en prêtant aux entrepreneurs dont la rentabilité des projets est supérieure au coût du capital. Michel Roux, directeur de la Banque Populaire de Val de France, écrit : « *notre métier est de financer des projets jugés viables, conduits par des hommes capables de les mener à bien, et ce ne serait certainement pas un service à rendre aux créateurs que de leur laisser croire que leur projet est viable s'il ne l'est pas. Le partenaire financier a une vraie responsabilité et son rôle consiste avant tout à bien faire le tour du projet et à mettre toutes les chances du côté du créateur* »³⁹.

La banque a besoin d'information complète et claire pour l'aider à prendre une décision instruite et à évaluer correctement l'entreprise qui sollicite du financement, ce qui constitue l'obstacle de tout financement bancaire envers les PME.

5.3 Les attentes des PME dans leur relation avec les banques

On peut citer, les attentes suivantes :

- Disponibilité et compétence ;

³⁹ M.ROUX, Banque Populaire Val de France, « *Le créateur face aux crédits bancaire* », (www.apce.com),

- Rapidité de la décision et des réponses claires et fiable ;
- Une gestion dynamique des comptes, sur le fonds et sur la forme ;
- La transparence des procédures et critères de décision utilisés ;
- Des explications sur les nouveaux produits qui présentent un intérêt pour l'entreprise ;
- Une publication semestrielle par chaque réseau bancaire de statistiques détaillées sur les crédits accordés aux entreprises par taille et par objet ;
- La compréhension des états des PME surtout celles nouvellement créées en ce qui concerne les problèmes d'asymétrie d'information ;
- La réduction du coût des crédits et l'exigence de moins de garanties pour une meilleure disponibilité des crédits ;
- La réduction de rationnement de crédit par l'emprunt efficace pour l'entreprise efficace.

5.4 Les attentes des banques dans leurs relations avec les PME

Les attentes de la banque s'apparentent à celle du client sur le fonds, mais elles diffèrent sur la forme. Le banquier souhaite en effet :

- Une communication directe et une personnalisation des contrats entre la banque et son client « PME » ;
- Un point régulier sur l'évolution de l'entreprise ;
- Des informations comptables intermédiaires (au minimum tout les douze mois) ;
- Une information transparente et détaillée lors d'un changement significatif dans la stratégie de l'entreprise doit être accordée à la banque ;
- Comme la PME ne pas être placée devant le fait accompli, la banque ne lui permet pas de subir les événements et souhaite conserver la maîtrise de ces activités ;
- Le respect des engagements pris, notamment en matière de mouvement commercial sur le compte et en matière de respect des autorisations accordées ;
- L'adoption d'une attitude professionnelle de bon gestionnaire ;
- L'amélioration de la compétitivité de PME, par une assistance technique (conseils, formation, information) ;
- Maîtrise concernant les dimensions administratives, techniques, financières et managériales des projets qui leur sont soumis pour concours bancaire.

6- Les obstacles de financement et d'accès des PME aux crédits bancaires

6.1 Les obstacles d'accès des PME aux crédits bancaires

Les PME font recours au financement bancaire, mais ce dernier est pavé de difficultés liées à l'accès aux crédits, dues essentiellement aux taux d'intérêts élevés, problèmes des montants empruntés, au manque de transparence des banquiers, c'est-à-dire au manque d'informations sur le crédit non fiable

6.1.1 Le coût des crédits élevé

Le coût de crédit élevé est l'un des obstacles majeurs à la disponibilité des crédits aux PME.

6.1.2 Délais de décision trop longs et critères de décision manquant de transparence

En Algérie, le délai effectif de réponse aux demandes de crédit peut atteindre plusieurs mois. Dans le cadre d'une étude portant sur la problématique du lien qui puisse exister entre la croissance économique et le mode de financement de l'économie algérienne, pour répondre à une demande de crédit d'exploitation, une banque algérienne met en moyenne près de trois mois.

Le délai de réponse de la banque est, contrairement à celui de la taille de l'entreprise demandeuse de crédit, est le même que celui relatif lorsque à une réponse à la demande de crédit d'investissement. La moyenne peut être de 04 mois et demi, comme elle peut dépasser les cinq mois pour la TPE et moins de trois mois pour une grande entreprise

6.1.3 Discrimination faite par les banques sous prétexte d'asymétrie d'information

Le manque d'informations (les budgets, les plans financiers, les prévisions de trésorerie, diverses informations sur les stocks ou les impayés, et les orientations stratégiques...) est mentionné comme l'un des principaux freins à l'accès au financement en provenance des banquiers.

Mais ces informations, qui ne sont pas toujours volontaires, peuvent être dues à l'inexistence de ces documents. Les dirigeants de PME peuvent parfois manquer de savoir

faire financier et administratif, ou être tellement impliqués au quotidien de la firme qu'ils négligent les documents demandés par la banque⁴⁰.

Donc, l'asymétrie d'information n'est pas toujours volontairement surveillée et analysée par le propriétaire de dirigeants et elle est considérée comme un moyen de discrimination entre les différentes catégories d'entreprises par les banques.⁴¹

6.1.4 Rationnement du crédit

On parle sur « *rationnement de crédit* » lorsque la situation où une entreprise se refuse un financement bancaire, même si elle est prête à payer d'un taux d'intérêt plus élevé. Plusieurs études empiriques considèrent la taille de l'entreprise comme un facteur qui détermine l'accès au crédit bancaire. Il existe alors une corrélation entre le rationnement de crédit et la taille de l'entreprise. Les PME ont donc plus des difficultés que les grandes entreprises à obtenir des crédits désirés. Donc, le rationnement de crédit est l'un des freins d'accès des PME à l'endettement bancaire et constitue une entrave majeure à leur développement.

6.1.5 Des interlocuteurs bancaires qui changent trop souvent

La gestion des relations entre banque avec les TPE et les PME est le lien personnel qu'attache le chef d'entreprise avec ses interlocuteurs bancaires. Du coup, les changements fréquents d'interlocuteurs ne favorisent pas l'instauration d'un climat de confiance indispensable au bon fonctionnement de ces relations.

6.1.6 Une méconnaissance des PME et une frilosité dans la prise de risque

Les PME constituent en général une population très hétérogène par rapport à celle des grandes entreprises. Cette différence rend leur connaissance assez complexe pour les banquiers, et la diversité de secteur d'activité, la taille, l'âge ou l'implantation géographique de l'entreprise implique un traitement différenciés de ces problématiques financières par le banquier. Faute d'une bonne connaissance des entreprises, le banquier doit exiger de leur part

⁴⁰ I.BELLETRÉ, « Les choix de financement des très petites entreprises, Thèse pour obtenir le grade de Docteur en sciences économiques, Université LILLE 02, 09 décembre 2010, p.187.

⁴¹ Idem.

la même qualité de gestion et d'informations financières que celle attendue d'une grande entreprise bien organisée.

De plus, le risque de crédit PME reste insuffisamment maîtrisé par les banquiers à cause de manque de l'information quantitative et qualitative collectée, contrairement aux autres emprunteurs : ménages, des grandes entreprises et collectivités. La relation des dirigeants des PME avec leurs bailleurs de fond souffre donc de véritables barrières. Les problèmes de communication et de conflits d'intérêts ne favorisent pas la rencontre de ces interlocuteurs. A cet effet, les PME attendent certaines solutions par ces bailleurs de fonds

6.2 Les obstacles de financement bancaire des PME

Les banques font face à des problèmes d'asymétrie d'informations qui provoque l'incertitude de la capacité réelle des PME à rembourser l'emprunt. Les banques sont confrontées aussi aux différents problèmes liés à l'incapacité des PME à fournir des prévisions fiables sur les perspectives, au manque de leur fonds propres, aux problèmes liés au facteur humain.

6.2.1 Problème d'asymétrie d'information et risques qui en découlent pour la Banque

L'asymétrie d'information découlant des PME et mettent les banques dans des engagements très durs. Parmi les risques qui en découlent des PME on trouve :

6.2.1.1 Le risque de sélection adverse

C'est-à-dire le mauvais choix entre les entreprises solvables et non solvables qui conduit les banques aux décisions sous optimales.

6.2.1.2 Le risque d'aléa moral

C'est-à-dire le non respect par les dirigeants des engagements de leurs engagements envers les banques. Cette durcie des banques apparait dans certains critères tel que l'exigence des garanties liées aux rationnements de crédit ou l'augmentation des taux d'intérêt pour éclairer la situation des banques. En fin, l'asymétrie d'information est un vrai frein rencontré par les banques lors d'une opération du crédit avec les PME.

6.2.2 Difficultés à fournir des prévisions fiables sur les perspectives de l'entreprise

Les causes d'incapacité des PME à fournir des prévisions fiables tiennent particulièrement aux facteurs suivants :

- Absence d'un système d'information performant dans les PME, notamment les TPE ;
- Une gestion trop concentrée entre les mains du seul dirigeant ;
- Les difficultés pour une PME d'anticiper les conséquences microéconomiques de phénomènes macroéconomiques ou d'interpréter l'impact macroéconomique de décisions microéconomiques⁴²

6.2.3 Manque de fonds propres

Les actionnaires des entreprises qui engagent leurs capitaux dans l'entreprise en tirent profit et garantissent le risque de PME. Le banquier assume un risque de crédit lorsqu'il accorde un prêt à l'entreprise mais n'a pas vocation à se remplacer aux côtés de l'entreprise pour remplir le manque de fonds propres. Les garanties ont pour finalité de réduire le risque, plus une PME sera dotée en fonds propres, moins le niveau des garanties exigées par ses banques sera élevé.

6.2.4 Les problèmes liés aux dirigeants

Le banquier cherche à identifier la personnalité des dirigeants des entreprises avec lesquelles il s'engage dans une relation. Toute opération de crédit aux PME dépend du dirigeant, étant donné que la centralisation de la décision stratégique est liée à des caractéristiques personnelles telles que la situation familiale, l'expérience et des caractéristiques professionnelles telles que le niveau et la nature de la formation, la durée de l'activité...

6.2.5 Les difficultés liées aux facteurs humains

L'incapacité d'équipe managérielle de la PME à établir des documents prévisionnels et l'inexistence d'une main d'œuvre qualifiée qui permet l'adoption des technologies modernes et productives et accroît l'aptitude de l'entreprise à exploiter de nouvelles opportunités de marché sont des signaux de mauvaise qualité de la firme pour les bailleurs de fonds, ce qui

⁴²A.MOULOUD, « La problématique de la promotion de l'entrepreneuriat socioéconomique de l'environnement local en Algérie », Mémoire de Magister en sciences économiques, Université Abderrahmane MIRA, Bejaia, 2010, p47-48

résulte la méfiance de ces dernières face à la clientèle PME et un vrai obstacle à leur financement.

6.2.6 L'insuffisance des garanties

Les garanties occupent une place importante dans les décisions d'octroi de crédit aux entreprises, elles jouent un rôle protecteur et constituent pour les banques le mécanisme central d'ajustement du risque. La garantie financière donne l'assurance à la banque ou à l'organisme de Leasing, d'être remboursé financièrement en cas de non solvabilité de la PME.

Conclusion du chapitre

La Petite et Moyenne Entreprise (PME) fait l'objet actuellement d'une étude particulière dans la mesure où elle participe au développement économique et social du pays, c'est l'outil le plus efficace pour mobiliser la volonté et les capacités créatrices humaines. La PME a été identifiée également comme l'un des leviers essentiels au développement en ce sens que les effets d'entraînement sur le reste de l'économie en termes de création d'emplois, de diversification de la production et d'utilisation des ressources productives sont réels. Cependant, ces PME qui jouent un rôle très important dans l'économie sont souvent confrontées aussi à plusieurs obstacles d'ordre économique, social et financier.

L'une des sources les plus importantes auxquelles recourent les PME suite à leurs contraintes de financement est la banque, par conséquent, la banque est devenue un partenaire privilégié de la PME parce qu'elle intervient à tout moment de son existence.

L'existence de liens étroits entre les banques et les entreprises a souvent été présentée comme facteurs expliquant l'émergence d'une industrie performante dans les pays développés. En effet, une forte relation banque-entreprise se traduirait pour les entreprises (grandes entreprises ou PME) par une grande flexibilité financière et permettrait d'assurer la stabilité des équipes dirigeantes ainsi que la mise en œuvre des projets de long terme, sans rechercher à tout prix un retour rapide sur investissement.

Le rôle des banques est essentiel dans le développement de l'économie, notamment à travers le financement des PME. En effet, le développement d'un tissu de petites entreprises est un facteur vital de la croissance économique, car Les PME jouent un rôle primordial dans la création d'emplois dans de nombreux pays : D'après l'OCDE les PME représentent, suivant les pays, entre 95 % et 99 % des entreprises et entre 60 % et 70 % des créations nettes d'emploi et de valeur ajoutée dans toutes les régions⁴³. Les banques participent pleinement à cette dynamique qui doit être soutenue, car la création, puis le développement d'une petite entreprise ne va pas sans risque.

⁴³ <http://www.oecd.org/dataoecd/40/50/38104127.pdf> (consulté le : 20/07/2018)

**Chapitre II: L'entreprenariat
féminin : un nouveau
phénomène qui progresse en
importance**

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Introduction

Le développement économique de chaque pays passe nécessairement par l'intégration de la femme en tant qu'acteur économique à part entière¹, 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 entrepreneuse.

La femme et le marché du travail constituent un des thèmes privilégiés pour analyser la dynamique des rapports sociaux dans tous les espaces et toutes les étapes de la vie, à savoir dans la transmission active ou passive des valeurs, des traditions et des conservatismes et leur expression, dans la reproduction et l'éducation des ressources humaines, et dans la production de biens et services.

Ce deuxième chapitre est consacré à la présentation des considérations théoriques de notre sujet. Ce chapitre est subdivisé en trois sections; la première section va traiter la notion de l'entrepreneuriat, la deuxième va porter sur l'entrepreneuriat féminin, la dernière section va porter sur l'entrepreneuriat féminin en Algérie.

¹RACHDI Fatima Ezzahra: « l'entrepreneuriat féminin au Maroc : une approche par le réseau personnel », Thèse Pour l'obtention du Doctorat en Sciences de Gestion, groupe institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises Centre des Etudes Doctorales en Gestion Laboratoire de Recherche en Management (LAREM), 2016.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Section 01 : l'Entrepreneuriat et la création d'entreprises

1- Définitions

1.1 Définition de l'entrepreneuriat

La définition de l'OCDE 2007 « *toute action humaine pour entreprendre en vue de générer de la valeur via la création ou le développement d'une activité économique identifiant et exploitant de nouveaux produits, de nouveaux procédés ou de nouveaux marchés* ».

1.2 Définition de l'entrepreneur

Pour J-B. Say l'entrepreneur est « *celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque* ». ²

Joseph Schumpeter, estime que l'entrepreneur est l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation : « *l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise...* ». L'entrepreneur peut introduire l'innovation au moyen de nouvelles méthodes de production, d'une nouvelle offre, de nouvelles règles de gestion...

Ces différents concepts de l'entrepreneur nous permettent de retenir que l'entrepreneur est « *le produit de son milieu économique et culturel qui cherche à créer une organisation pour son compte pour ses fins socioéconomique en accomplissant les fonctions suivantes : prendre de risque, de décision, innover, identifier les opportunités d'affaires, employer des facteurs de produits...* ».

2- Les caractéristiques de l'entrepreneur

L'entrepreneur demeure l'acteur clé du dynamisme entrepreneurial ³ ceci justifie l'intérêt continu sur l'étude des caractéristiques individuelles qui permettent de prévoir la

² Leghima A., Meguelti S., Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées, Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.

³ Fayolle A, Introduction à l'Entrepreneuriat. Edition Dunod, France, p21

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

réussite du projet entrepreneurial. D'après Blawat, les caractéristiques se décomposent en trois dimensions : la personnalité (le profil), la motivation, et les compétences d'entrepreneur⁴.

2.1 Le profil de l'entrepreneur

Une vaste littérature consacrée à l'étude de la personnalité entrepreneuriale a dégagé un certain nombre de caractéristiques dominantes chez les entrepreneurs telle que :

- Le besoin d'accomplissement,
- La propension à la prise de risque,
- L'optimisme entrepreneurial,
- La créativité.

Nous pouvons ajouter d'autres caractéristiques et qualités en les synthétisant dans le tableau suivant

Tableau n° 1 : Synthèses des caractéristiques et qualités d'entrepreneur⁵

⁴ Bayad M.; Boughattas Y.; Schmitt C., Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences, huitième congrès international en Entrepreneuriat et PME, Suisse, Octobre 2006.P5.

⁵ Bayad M.; Boughattas Y.; Schmitt C., Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences, huitième congrès international en Entrepreneuriat et PME, Suisse, Octobre 2006.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Caractéristiques	Qualités
Confiance en soi	Croit en ses propres capacités ; Indépendant ; Optimiste.
Volonté déterminée	Obstiné et persévérant ; Déterminé.
Concentré sur les tâches à accomplir ou les résultats à atteindre	Soucieux de la réussite ; Bûcheur, dynamique, énergique ; Prend des initiatives.
Acceptation des risques	Prend des risques calculés ; Aime les défis.
Etoffer d'un chef	Bon communicateur ; Bon contact avec les autres ; Attentif aux suggestions et aux critiques ; S'intéresse aux autres ; Concerné par le développement des autres.
Originalité	Innovateur, Créatif ; Souple et ouvert d'esprit ; Ingénieux ; S'adapte rapidement et facilement
Tourné vers l'avenir	Prévoyant ; Visionnaire ; Intuitif

2.2 Les compétences de l'entrepreneur

L'entrepreneuriat est un métier à part entière qui nécessite des compétences spécifiques pour exercer ses différentes fonctions relatives à la création, la planification, l'organisation, la coordination... Dans le domaine de l'entrepreneuriat, plusieurs auteurs ont proposé des classifications typologiques des compétences des entrepreneurs qui concernent essentiellement l'identification d'opportunité ; vision stratégique ; gestion du réseau d'affaires ; gestion du temps, du travail ; gestion financière, marketing, ressources humaines ; gestion des lois et règlements... Dans la même voie, Chakir⁶ décompose les compétences nécessaires à l'exercice du métier d'entrepreneur en quatre catégories

2.2.1 Compétences managériales typiques

Avoir une vision ou le savoir devenir, capacités à résoudre des problèmes, aptitudes dans le domaine de l'organisation, la prise de décisions, la communication et la prise de responsabilités ;

2.2.1 Compétences sociales

Capacité d'écoute, savoir déléguer, savoir constituer et tirer profit des réseaux, relations humaines (aptitudes dans le domaine de la coopération, du travail en groupe) ;

⁶ Chakir A. Pédagogie entrepreneuriale : un levier pour le développement des compétences entrepreneuriales. Rapport pour l'équipe de recherche en entrepreneuriat et de PME (EREPME), Maroc, 2006.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

2.2.3 Aptitudes personnelles

Confiance en soi, motivation, énergie, capacité de résistance et d'endurance, capacités conceptuelles ;

2.2.4 Compétences entrepreneuriales typiques

Esprit d'initiative, sens de l'action et de la créativité, prise de risques au niveau de la concrétisation des idées.

2.3 Les motivations à la voie entrepreneuriale

La motivation est appréhendée dans une dimension interactive entre des déterminants individuels propres à la personne humaine et des déterminants de son environnement. Thill & Vallerand définissent la motivation comme : « *un construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes et/ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement* ». ⁷

Les entrepreneurs citent plusieurs raisons qui les ont amenés à lancer une entreprise. Les principales raisons qui motivent souvent la création d'une entreprise en Amérique du Nord, en Europe et au Japon telles que : être son propre patron et être plus maître de son travail et de sa vie; trouver une autre possibilité d'avancement à partir d'un emploi sans avenir; obtenir des fonds additionnels; fournir des produits qui ne sont pas disponibles ailleurs.

Au Royaume-Uni selon le rapport de l'OCDE (2001), les jeunes, surtout les diplômés, sont motivés essentiellement par les désirs d'indépendance et de souplesse et non pas nécessairement par l'argent ⁸. En opposé, les entrepreneurs dans les pays en voie de développement se lancent habituellement en affaires par nécessité économique ou pour survivre, ou faute d'avenues leur permettant de faire une utilisation productive de leur énergie...

3- La culture entrepreneuriale

⁷ Fabers P. Les Motivations du chercheur Entreprenant in T. Verstraete, la création d'entreprise par les chercheurs publics, Rapport pour le centre national de la recherche scientifique ; France, Janvier 2003. P233.

⁸ Baccari E.; Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens, 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Suisse, Octobre 2006. P 6.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

L'entrepreneuriat n'est pas un phénomène économique et social mais aussi socioculturel, L'action entrepreneuriale ne peut se concevoir en dehors de la société à laquelle appartient l'entrepreneur.

3.1 Définition de la culture entrepreneuriale

« A toute occasion et à toute circonstance, l'être humain exprime sa culture, La culture représente les manières d'être, de penser et d'agir des peuples, transmises de générations en générations. Elle est l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels caractérisant un peuple »⁹. La culture influe sur les connaissances et les pratiques de l'individu, ses valeurs et ses comportements.

3.2 La culture entrepreneuriale

La culture est ancrée tout au long du processus entrepreneurial : depuis l'intention jusqu'au développement des entreprises, elle conditionne et influe sur la pensée, les caractéristiques, les actes et les comportements des entrepreneurs. La culture entrepreneuriale se mesure par l'intensité et la vitalité entrepreneuriale d'une société, elle valorise les caractéristiques typiques aux entrepreneurs, et les valeurs de l'entrepreneuriat : autonomie, créativité et esprit d'entreprise.

La culture entrepreneuriale serait en effet constituée de qualités et d'attitudes exprimant la volonté d'entreprendre et de s'engager pleinement dans ce que l'on veut faire et mener à terme. Elle se veut être comme une culture du projet, une culture toute particulière puisqu'elle vise à produire de la nouveauté et du changement. Elle se veut aussi être une culture de création et de construction.

3.3 L'esprit d'entreprise

Selon la commission européenne *« l'esprit d'entreprise désigne un état d'esprit, ainsi que le processus de création et de développement de l'activité économique par la*

⁹Ravonjlarison C. G., Microcrédit et entrepreneuriat dans un contexte de survie ; Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Madagascar, 2006, P 90

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

*combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante ».*¹⁰

Pour Jean Louis SCHAAN, « *L'esprit d'entreprise c'est générer les innovations et avoir la volonté de les voir aboutir* »¹¹. Et pour Block et Stempf : « *l'esprit d'entreprise se traduit par une ouverture au changement, non pas dans le but de démarrer une entreprise mais plutôt celui d'expérimenter des idées nouvelles* ».¹²

Donc l'esprit d'entreprise consiste à l'aptitude d'un individu, d'un groupe social ou d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux (pour investir, voir s'investir) dans une sorte d'aventure (entreprise), consistant à apporter quelque chose de neuf (l'innovation) de créatif, en employant et en combinant de la façon la plus performante possible des ressources diverses (dans une organisation) autre sens plus institutionnel du mot « *entreprise* ». C'est cet esprit qui est à la base de la création d'entreprise.

4- Les diverses formes d'entrepreneuriat¹³

4.1 La création ex-nihilo

Ex nihilo est une expression latine signifiant « *à partir de rien* ». Créer une entreprise quand rien n'existe n'est pas une situation facile. Il faudra du temps pour arriver à implanter son produit dans un marché, pour convaincre les utilisateurs et les chercheurs et ce, d'autant plus que le degré d'innovation sera élevé. Par voie de conséquence, il faudra soigneusement dimensionner les besoins financiers et obtenir les ressources suffisantes. La création ex-nihilo exige beaucoup de travail, de rigueur et de ténacité. Par ailleurs les risques doivent être particulièrement bien évalués.

4.2 La création par essaimage

Créer une entreprise quand on est encore salarié et avec l'aide de son entreprise est certainement une démarche plus facile. Les grandes entreprises proposent des mesures et des

¹⁰ Rapport de la stratégie de l'OCDE pour l'emploi, Stimuler l'esprit d'entreprise, 1998.p 7

¹¹ Siomy M., Développement des compétences des leaders en promotion de la culture entrepreneuriale et entrepreneuriat, Thèse de Doctorat, Université Laval, Canada, 2007p 91.

¹²Idem p90

¹³HESSAS Toufik, « L'entrepreneuriat : Les déterminants de création d'entreprise Cas de la commune de Bordj Menaiel », Mémoire En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales-Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou, 2018

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

dispositifs destinés à inciter et à accompagner leurs salariés dans des créations d'entreprise. Les projets peuvent être variés et concerner la création d'un commerce ou d'une entreprise industrielle, mais l'accompagnement (matériel, intellectuel, commercial et financier) d'une entreprise peut être de nature de réduire le niveau de risque de l'entrepreneur.

4.3 La création par franchise

Elle met en relation un *franchiseur*, entreprise qui souhaite se développer en utilisant cette modalité, et un *franchisé*, individu qui veut créer une entreprise en appliquant une formule. Ce type de création consiste à imiter un fonctionnement qui existe dans un contexte géographique donné. La création en franchise bénéficie également d'un accompagnement important, mais payant, de la part du franchiseur. Elle peut permettre à celui qui n'a pas d'idées propres ou qui n'a pas une capacité à innover de réaliser son objectif de création d'entreprise.

4.4 La reprise d'entreprise

La reprise d'entreprise ou d'activité présente une différence de taille avec la création d'entreprise. L'organisation existe, elle n'a pas à être créée. Si elle existe, il est alors possible de s'appuyer sur des données qui la décrivent dans son présent, son histoire, sa structure et son fonctionnement. Dans ces conditions, l'incertitude est généralement moindre et les niveaux de risque beaucoup plus faibles. Comme pour la création d'entreprise, la reprise peut être réalisée par un individu pour son propre compte ou par une entreprise existante.

Au moins deux cas de reprise d'entreprise peuvent être examinés :

4.4.1 La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé

La principale difficulté est vraisemblablement d'avoir suffisamment tôt l'information qu'une entreprise de ce type est en vente. Ensuite il faut pouvoir disposer de ressources financières importantes, car le prix de marché de ces entreprises peut être élevé. Il est indispensable d'avoir, par ailleurs, de bonnes compétences générales et une expérience de management réussie. Il convient, en effet, de ne pas perdre trop de temps dans l'apprentissage du métier de chef d'entreprise;

4.4.2 La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté

Si les difficultés sont déclarées (entreprises en redressement judiciaire), il est indispensable de connaître le cadre légal de reprise d'entreprise en difficulté. Avoir des

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

relations avec des acteurs clés dans ce milieu, apparaît comme une condition importante. Si le prix d'acquisition de ces entreprises est sans commune mesure avec celui des entreprises en bonne santé, il ne faut jamais perdre de vue que ces structures nécessitent généralement une très forte recapitalisation financière. Reprendre une entreprise en difficulté nécessite également une bonne connaissance des situations de crise. Il convient en effet, de restaurer rapidement la confiance à tous les niveaux: personnel, clients, fournisseurs, partenaires...

5- La création d'entreprise

La création d'entreprise est un projet professionnel qui se propose un triple objectif, l'intégration socio-économique du créateur, l'intégration de l'entreprise dans son environnement économique et l'harmonisation des dynamiques qui caractérisent l'individu et son projet qui devient entreprise.¹⁴

6- Le processus de création d'entreprise

Le processus de création d'entreprise s'explique à partir de cinq principales dimensions¹⁵:

- les caractéristiques psychologiques de l'individu.
- les facteurs de discontinuité.
- les opportunités.
- les facteurs de crédibilité.
- les facteurs de faisabilité.

6.1 Les caractéristiques psychologiques de l'individu

Le modèle stipule que la création d'entreprise repose d'abord sur la présence d'individus qui possèdent un esprit entrepreneurial c'est-à-dire certaines caractéristiques psychologiques comme le besoin d'accomplissement, la créativité et l'initiative, la prise de risque et l'identification des objectifs, la confiance en soi, le besoin d'indépendance, d'autonomie, l'énergie et l'aménagement.

Dans le cas des femmes, la société et, pendant longtemps, a tendance à croire que les femmes manquent d'idées de projet, ne sont pas animées d'un fort esprit d'entreprise et sont

¹⁴ BRASSEUR Martine, « Entrepreneuriat et insertion », Ed. Bruylant, 2010.p 283

¹⁵ S.A. KOUNTA, « caractéristiques de l'entrepreneuriat féminin au Mali » ; mémoire en vue de l'obtention de titre Maîtrise en gestion des organisations, Chicoutimi. MALI. 1997, p 20.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

incapable de créer et de développer une activité durable, du fait que l'entourage familial ou social décourage le travail des femmes et plus la création d'entreprise par celles-ci.

6.2 Les facteurs de discontinuité

Pour que l'entrepreneur potentiel passe à l'action, il faut un catalyseur, une discontinuité dans sa trajectoire de vie, des déplacements (au sens psychique du terme) qui peuvent être positifs (offre de financement, offre de partenariat, identification d'un nouveau produit ou marché) ou négatifs (licenciement, chômage, insatisfaction au travail, absence de possibilité de promotion, mauvaise ambiance, mauvaise relation avec la hiérarchie...) provoqués par l'entrepreneur lui-même, venant de l'extérieur ou encore être la combinaison de plus d'un de ces facteurs.

Ainsi, le déplacement joue un rôle de prédisposition favorable à l'aventure entrepreneuriale particulièrement chez les femmes. Il existe aussi des facteurs de déclenchement appelés facteurs de discontinuité qui font que l'individu se retrouve à mi-chemin entre deux situations : fin d'études, fin de contrat, fin de service militaire,A l'opposé des déplacements négatifs ou positifs, ces derniers facteurs sont prévisibles.

6.3 L'opportunité d'affaire

L'opportunité d'affaire est identifiée par l'entrepreneur au moment où se produit la discontinuité dans sa trajectoire de vie. Les opportunités diffèrent selon leur source. Elles peuvent être ou pas reliées à l'expérience de l'entrepreneur, être le résultat d'une recherche systématique ou correspond à des circonstances diverses.

6.4 La crédibilité de l'acte

La crédibilité de l'acte dépend, de dimensions socioculturelles. Ainsi, lorsque le milieu valorise fortement la création d'entreprise, il en résultera une perception positive de cette activité chez les personnes qui composent ce milieu. La crédibilité englobe deux dimensions : d'abord, la perception que les retombées du comportement sont personnellement désirables. Ensuite, la perception qu'elles seront aussi socialement désirables.

En plus des valeurs socioculturelles, la source de crédibilité réside dans la présence d'images d'imitation qui serviront de modèles aux entrepreneurs potentiels. L'existence de

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

modèles est une condition essentielle au développement de l'activité entrepreneuriale, ils constituent une source de motivation pour les entrepreneurs potentiels et une source de crédibilité vis-à-vis de la communauté financière appelée à participer au démarrage de nouvelles entreprises. Les sources qui sont à l'origine de ces modèles sont : la famille, le milieu professionnel, le milieu social, les entreprises déjà existantes Pour ce qui est des femmes, l'absence de modèles, du fait de la nouveauté du phénomène, réduit le nombre de femmes qui se lancent dans l'aventure entrepreneuriale.

6.5 La faisabilité de l'acte

La faisabilité de l'acte, dépend, de la perception de l'environnement par le créateur potentiel et, plus précisément des disponibilités financières qu'il possède ou pense avoir obtenir et des appuis qu'il perçoit. L'Etat joue également un rôle déterminant dans le processus de création d'entreprises en raison des moyens d'intervention dont il dispose : programme de subvention, politique fiscale, politique d'investissement ...

7- L'impact de l'acte entrepreneurial

L'entrepreneuriat contribue énormément au développement économique avec son impact en matière d'emploi, d'innovation, de croissance et d'utilité personnelle. « La contribution de l'entrepreneuriat au développement économique est important tant par son impact direct que les effets de débordement qu'il génère sur la dynamique de croissance»¹⁶

La valeur de l'entrepreneuriat se présente alors comme suit :

7.1 Entrepreneuriat et croissance économique

Dans les pays à activité entrepreneuriale élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année.

7.2 Entrepreneuriat et création d'emploi

¹⁶CAPRON Henri, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », Editions De Boeck Université, 2009, p 66.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

L'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme source potentielle de création et de sauvegarde d'emplois où entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et pour ses membres de famille.

7.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises

L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo ou par la reprise des entreprises et même par la réactivation et le redémarrage d'entreprises ce qui permet de constituer un contrepoids et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.

7.4 Entrepreneuriat et innovation

La fonction d'innovation est importante, d'après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à des nouvelles activités économiques.

Section 02 : Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat féminin

1- définitions des concepts

1.1 L'entreprise

Une entreprise est une organisation ou une unité institutionnelle, mue par un projet décliné en stratégie, en politiques et en plans d'action, dont le but est de produire et de fournir des biens ou des services à destination d'un ensemble de clients ou d'utilisateurs, en réalisant un équilibre de ses comptes de charges et de produits.

Pour ce faire, une entreprise fait appel, mobilise et consomme des ressources (matérielles, humaines, financières, immatérielles et informationnelles) ce qui la conduit à devoir coordonner des fonctions (fonction d'achat, fonction commerciale, fonction informatique). Elle exerce son activité dans le cadre d'un contexte précis auquel elle doit s'adapter : un environnement plus ou moins concurrentiel, une filière technico-économique

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

caractérisée par un état de l'art, un cadre socioculturel et réglementaire spécifique. Elle peut se donner comme objectif de dégager un certain niveau de rentabilité, plus ou moins élevé.¹⁷

1.2 L'entrepreneuse féminine

Selon les études qui ont traité de l'entrepreneuriat féminin, il n'existe pas de définition claire de ce concept d'entrepreneuriat féminin. En effet, une femme entrepreneuse peut aussi bien être une femme qui gère une affaire qu'elle a créée, reprise ou héritée ou qui exerce sous le statut de travailleur autonome mais qui n'a pas sa propre société (par exemple, les gardiens d'enfants et les livreurs de journaux). Cette femme entrepreneuse peut également être une femme qui a développé une société en personne physique ou en personne morale, qui est un employeur (qui emploie habituellement un ou plusieurs travailleurs rémunérés) ou qui travaille à son propre compte (qui ne fait pas appel à une aide rémunérée).¹⁸

Une femme entrepreneuse se définit comme « *une personne physique, venant d'une situation d'inactivité, de chômage ou de salariée dépendant d'un employeur, ... crée une nouvelle entreprise indépendante, en assumant les responsabilités managériales et les risques qui sont liés à la production de richesse envisagée* »¹⁹. La femme est donc entrepreneuse dans la mesure où elle change de statut, de métier, ou d'organisation afin de créer une nouvelle richesse.

LAVOIE, entendait par la femme entrepreneuse qu'elle a aussi appelée, propriétaire-chef- d'entreprise, propriétaire-dirigeante d'entreprise ou encore femme chef d'entreprise : « *la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion* »²⁰.

¹⁷<https://fr.wikipedia.org/wiki/Entreprise> (consulté le 30/07/2018)

¹⁸LAMBRECHT Johan et PIRNAY Fabrice « ENTREPRENEURIAT FEMININ EN WALLONIE » Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat Université de Liège Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat EHSAL - K.U. Brussel, Septembre 2003.p.45.

¹⁹ ARASTI Zahra, L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles, in, revue libanaise de gestion et d'économie, vol.1, 2008.

²⁰LAVOIE D., (1988). Les entrepreneuses : pour une économie canadienne renouvelée. Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

L'entrepreneuriat féminin désigne les activités des femmes qui se prennent en charge, qui s'organisent pour créer des activités économiques rentables dans différents secteurs.

2- caractéristiques des entreprises détenues par les femmes entrepreneuses

Les caractéristiques des entreprises détenues par les femmes entrepreneuses sont analysées en comparaison avec celles des entreprises détenues par les entrepreneurs masculins afin de faire ressortir les différences qui permettront de caractériser les entreprises occupées par les femmes entrepreneuses. Et d'après les auteurs qui se sont intéressés à cette catégorie d'entreprises nous retenons²¹ :

- Les entreprises détenues par les femmes ont toujours été sous-représentées dans des domaines non-traditionnels tels que la fabrication de biens et ont été par contre traditionnellement concentrées dans les secteurs de services et de la petite distribution.
- La tendance actuelle voit la naissance d'un plus grand nombre d'entreprises détenues par des femmes dans des domaines non-traditionnels (Bates, 2002)²².
- Les entreprises détenues par des femmes adressent le plus souvent leur production aux ménages et rarement à des entreprises ou au secteur public (Bates, 2002).
- Les femmes entrepreneuses se rémunèrent moins que les hommes entrepreneurs et encore moins que les femmes employées (Clark et James, 1992; Devine, 1994)²³.
- Une part importante des entreprises créées par les femmes entrepreneuses sont détenues en copropriété avec le conjoint qui partage avec sa femme la gestion de l'entreprise (Carter, Anderson et Shaw, 2001).
- Les entreprises créées par les femmes entrepreneuses sont sous-capitalisées par rapport à celles créées par les hommes. Les femmes démarrent leur entreprise avec uniquement 1/3 du capital utilisé par les hommes pour la création de leur entreprise (Carter, Anderson et Shaw, 2001)²⁴.

²¹ LAMBRECHT Johan et Fabrice PIRNAY « ENTREPRENEURIAT FEMININ EN WALLONIE » Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat Université de Liège Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat EHSAL - K.U. Brussel, Septembre 2003

²² BATES T (2002). « L'accès restreint aux marchés caractérise les entreprises appartenant à des femmes », Journal of Business Venturing, volume 17, numéro 4, juillet 2002

²³ CLARK, T. ET JAMES, F.J. (1992). Entreprises appartenant à des femmes: dimensions et enjeux politiques. Économique Development Quarterly, 6 (1),

²⁴ CARTER S, ANDERSON S ET SHAW E (2001). La propriété des entreprises par les femmes: une revue du monde académique, Littérature populaire et Internet. Rapport du Service des petites entreprises, août 2001.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

- Les entreprises détenues par les hommes dégagent trois fois plus de chiffre d'affaires que les entreprises détenues par les femmes (analyse comparative sur les petites entreprises présentes aux USA en 1992) (Bates, 2002).
- Les entreprises détenues par les femmes utilisent moins d'inputs. Elles emploient la moitié du nombre d'employés engagés par leurs homologues masculins et utilisent la moitié des ressources financières pour lancer une opération (Bates, 2002).
- Les entreprises détenues par les femmes sont généralement plus jeunes. Elles sont plus susceptibles que les entreprises détenues par des hommes d'être de très jeunes start-ups (Bates, 2002).

3- Les caractéristiques personnelles de l'entrepreneuse

C'est l'ensemble des aspects personnels qui définissent l'entrepreneuse, c'est aussi des critères qui sont propre à chaque entrepreneuse. On se base essentiellement sur ; l'âge de l'entrepreneuse, son statut civil, l'influence du milieu familial, l'éducation et les expériences de travail.

3.1 L'âge

C'est le moment de vie où l'entrepreneuse passe à l'acte de création de son propre entreprise, L'âge de création d'entreprise par les femmes diffère d'un pays à un autre ; par exemple aux Etats-Unis les femmes sont plus jeunes que les hommes, au moment du lancement de leur projet entrepreneurial. Elles indiquent que l'âge moyen se situe entre 25 et 40 ans, alors que pour les hommes, c'est plus que 43 ans²⁵, au Canada et selon des études issues du portrait statistique des femmes entrepreneures les femmes entrepreneures appartiennent à une catégorie d'âge relativement plus jeune que celle des hommes²⁶. En Europe²⁷ et en Afrique, l'âge moyen des entrepreneures est beaucoup plus élevé.

²⁵ J. ZOUITEN, T. LEVY TADJINE (2005), « Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique ? », IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris 24-25 Novembre

²⁶ M. H. LEGARE, L. ST- CYR (2000), « Portrait statistique des femmes entrepreneurs », HEC, Canada.

²⁷ D'après une étude réalisée en 1997 par un institut de recherche européen sur un échantillon de 300 créatrices, une large majorité a entre 30 et 50 ans. En ce sens, d'autres recherches ont tendance à confirmer ces conclusions et indiquent que les femmes sont plus âgées que leurs homologues masculins (WATKINS, 1984 ; BURDETTE, 1990 ; DENG, HASSAN ET JIVAN, 1995 ; HERNANDEZ, 1997).

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

3.2 Le statut civil

L'ensemble des études menées sur le statut civil des femmes entrepreneures convergent vers la conclusion qu'entre 50% et 70% de celles-ci sont mariées (Brown, 1988, Lorrain et Raymond, 1988, Stevenson, 1983, Lavoie, 1988...)

3.3 L'influence du milieu familial

L'ensemble des études s'accorde à reconnaître que la majorité des femmes qui se lancent en affaires sont issues de familles d'entrepreneures, Les entrepreneures s'habituent dès le plus jeune âge à la nature indépendante et à la souplesse d'un statut dont le père incarne l'exemple.

3.4 L'éducation

L'éducation reçue par les femmes entrepreneures joue un rôle dans la détermination du type d'entreprise qui sera créée. Ainsi Hisrich et O'Brien (1982) ont remarqué que plus la femme entrepreneure est éduquée, plus elle encline à se tourner vers des domaines dits « *non traditionnels* » exemple : la finance, l'éducation. Au contraire, les femmes entrepreneures ayant moins d'éducation ont tendance à se tourner vers la création d'entreprise dite traditionnelles.

3.5 Les expériences de travail.

La plupart des auteurs montrent que pour une grande majorité d'entrepreneurs, aussi bien hommes que femmes, ils ont eu une expérience professionnelle avant leur projet de création de leur propre entreprise. La différence résiderait plutôt au niveau du type d'expérience. Les femmes ont une expérience importante de type administratif, de niveau hiérarchique moyen et souvent axée sur les domaines liés aux services, par exemple, la formation, le secrétariat ou encore la vente en détails plutôt que les domaines techniques, industriels et financiers.

4-Les motivations des femmes à la création d'entreprise

Contrairement aux hommes qui sont le plus souvent attirés par des facteurs positifs (gains matériels, promotion sociale, etc.), les femmes sont incitées à construire leurs propres

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

entreprises pour plusieurs raisons qui sont d'ordre personnelles ou dues aux circonstances extérieures, positives ou négatives²⁸.

Selon les termes de Duchéneaut, on peut faire la différence entre des facteurs « push » qui poussent les femmes vers le travail indépendant sans qu'il y ait réelle volonté mais plutôt nécessité, et des facteurs « pull » qui le attirent positivement et débouchent sur une véritable volonté de création²⁹.

4.1 Les facteurs de poussée « push »

Il s'agit de la création par nécessité, ce qui implique la notion du choix forcé, le chômage, les raisons familiales comme les dettes du conjoint, le licenciement, la reprise de l'activité suite au décès d'un père ou d'un conjoint.

4.2 Les facteurs positifs « pull »

Il s'agit de la création par opportunité et par choix, ce qui sous entend le besoin de l'autonomie, l'accomplissement personnel, le désir d'organiser soi-même son travail, l'envie de se lancer et de développer un produit ou un service... .

5- La demande et l'offre de financement

5.1 La demande de financement par les femmes entrepreneuses

Les besoins de financement recouvrent des dimensions différentes selon le stade d'évolution de l'entreprise et sont similaires dans la plupart des cas, à ceux des autres entreprises de taille importante : besoin de financement à court terme, besoin de financement de démarrage (investissement), besoin de financement à moyen et long terme (croissance).

La plus importante source de financement pour les femmes entrepreneuses est le financement personnel. Selon l'étude de Belcourt, Burke et Lee-Gosselin (1991) a relevée que 72% des femmes ont utilisé leurs économies personnelles pour financier leur entreprise, 49 % ont obtenu un prêt d'une institution financière et 13% ont reçu une aide financière. Une

²⁸CHAKROUN MARZOUKI Wafa, « Dynamique entrepreneuriale féminine et son accompagnement: cas de la Tunisie » mémoire de master, spécialité entrepreneuriat. Université de Sousse, 2007

²⁹HP VIER MACHADO, FA PRADO JIMENEZ, V. GOMEZ, C. PELLISSON, LA ALIGELERI, LM ALIGELERI (2002), «Comportement Managérial: une étude brésilienne», Management International, Vol 7, N ° 1, Automne, HEC, Montréal, p. 1.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

deuxième étude menée par la Queen's Université (1982) auprès de 275 entrepreneuses a révélé que sur cet échantillon, près de 25% ont fourni 91% à 100% du capital nécessaire à même leurs économies personnelles. Des résultats similaires se dégagent des études effectuées au Yukon (JM Consulting, 1988) en Colombie-Britannique (B.C Women's Program, 1986) et en Alberta (New Ventures Associates, 1988) à l'effet que la plus grande partie du capital de départ provenait des économies personnelles de la femme entrepreneuse³⁰.

5.2 L'offre de financement par les banques

Le type de rapport entretenu entre les emprunteurs et les banque a toujours suscité beaucoup d'intérêt particulièrement à cause des malaises persistants entre ces deux parties cette situation s'explique partiellement par l'absence d'une théorie complète et généralisé au niveau du processus décisionnel relatif à l'allocation de financement bancaire et par la difficulté d'isoler empiriquement les facteurs déterminant l'accès au financement.

En recensant les écrits sur le financement institutionnel les banque et par nature s'orientent majoritairement vers des placements à faible risques. Petty et Ghee (1993)³¹ ont montré, suite à une étude auprès de 54 banquiers américains que ceux-ci restaient désintéressées aux prêts nécessitant un taux d'intérêt supérieur au taux de base plus 2% et dont l'échéance à 10 ans, les considérant trop risqués.

D'après les critères d'évaluation d'une demande d'emprunt, l'analyse d'un dossier comporte une dimension qualifiable, c'est-à-dire le calcul des garanties, par l'importance du capital investi et par la capacité à générer des profits et à rembourser le prêt (par le biais d'analyse des états financiers).

Dans le cadre de l'étude de Wynant et Hatch (1991) et comme Auger (1995) l'explique, les banques sont perçues comme des prêteuses qui prennent des risques calculés. La probabilité de recouvrer les fonds de la banque, soit à travers les profils et les flux financiers de l'entreprise ou soit à travers la liquidation des garanties de l'entreprise en

³⁰ Sandra Mamoudhoussen, « l'accès au financement des femmes entrepreneuses au Québec » mémoire en vue de l'obtention du grand maître ès science (M. Sc), école des hautes études commerciales affiliée à l'université de Montréal, 1997

³¹ Petty et Ghee. Analyse du crédit: une enquête montre que les prêteurs perçoivent l'équilibre des prêteurs au cours des deux dernières décennies, rapport sur les prêts commerciaux, 1993.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

détresse financière doit être virtuellement de 100% pour donner lieu à une réponse favorable.

6- Initiatives des banques en faveur des femmes entrepreneuses³²

En République d'Irlande, où le paysage en matière d'entreprise évolue rapidement et où 35 % environ des nouvelles sociétés sont actuellement créées par des femmes, la *Bank of Ireland* a lancé plusieurs initiatives pour mettre en évidence et intégrer la question des femmes et offrir des conditions équitables d'accès au financement pour les femmes entrepreneuses ;

- En juin 1997, cet établissement a nommé un « *Directeur chargé des femmes chefs d'entreprise* », une fonction créée pour attirer davantage l'attention, à la fois au sein de la banque et à l'extérieur, sur les femmes propriétaires d'une entreprise.
- En 1998, elle a mis en place des séances de formation obligatoires sur les « *femmes chefs d'entreprise* » pour tous les nouveaux stagiaires se formant à l'octroi de crédits, afin que le personnel prenne mieux conscience des questions touchant aux femmes.

Aux États-Unis, un certain nombre de banques ont cherché à cibler les entreprises appartenant à des femmes pour en faire des clientes en créant des partenariats avec des associations de femmes entrepreneurs (par exemple, l'Association nationale de femmes propriétaires d'entreprises) et par le biais de mécanismes de prêts spécialisés. *First Union* s'est engagé à prêter un minimum de 5 milliards USD à des entreprises appartenant à des femmes et fournit également des sources d'informations sur le capital-risque et le financement participatif.

En 1995, la *Wells Fargo* a lancé le Women's Loan Program (programme de crédits aux femmes), qui actuellement a pour objectif de prêter sur dix ans 10 milliards USD à des entreprises détenues par des femmes ; elle a également sponsorisé un certain nombre de projets de recherche de grande envergure visant à mieux faire connaître les modes de financement d'entreprises appartenant à des femmes.

³²KOREEN Miriam, Deuxième Conférence de l'OCDE sur « LES FEMMES ENTREPRENEURS À LA TÊTE DE PME : pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir » Paris, France 29-30 novembre 2000P 16

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Le *Women Entrepreneurs PROject* (W.E.PRO., Projet pour les femmes entrepreneuses) est un projet européen visant à sensibiliser les intervenants aux besoins de financement des femmes entrepreneuses et à amener les établissements financiers et les femmes entrepreneuses à se rencontrer (W.E.PRO., 2000). Il est le résultat d'une coentreprise entre une banque italienne, *UniCredito Italiano SpA*, et une association de femmes entrepreneurs (A.I.D.D.A.), avec le soutien du ministère italien de l'Égalité des chances et de l'Union européenne. Depuis son lancement, des banques privées au Portugal, au Royaume-Uni, aux Pays-Bas et en Allemagne se sont jointes au projet, dans le cadre duquel des études ont été menées pour mieux connaître les femmes entrepreneuses et leurs besoins de financement. Les initiatives prévues sont entre autres les suivantes :

- Conception d'un « manuel », disponible CD-ROM et sur l'Internet, servant de guide aux femmes entrepreneuses pour la création d'une société et pour des projets de commercialisation et de financement ; présentation de projets de création de développement et d'entreprises ; utilisation des produits et services financiers disponibles.
- Examen de la possibilité de mettre sur pied un réseau de banques s'occupant de sociétés dirigées par des femmes.
- Examen de la faisabilité de créer un réseau européen de tutorat d'entreprises.

L'utilisation croissante de l'Internet pour les transactions inter-entreprises et entreprise-clients offre aux femmes chefs d'entreprise des possibilités non négligeables de financer leur activité. La plupart des banques proposent désormais des demandes de crédit en ligne, ce qui peut avoir des répercussions pour les femmes entrepreneuses en ce sens que cette méthode réduit les risques de discrimination par le sexe lors de l'étude des dossiers. Certaines indications montrent que les femmes sont plus nombreuses que leurs homologues masculins à afficher leur propension à recourir aux services bancaires en ligne. Dans plusieurs pays, la proportion de transactions en ligne opérées par des femmes pour les besoins de leur entreprise est en augmentation constante.

7- Obstacles au financement des femmes entrepreneuses

Un certain nombre de raisons peuvent expliquer les difficultés que rencontrent les femmes entrepreneuses cherchant à obtenir des capitaux. Il est souvent difficile de déterminer si ces obstacles sont dus au climat général des affaires dans des pays donnés ou aux

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

caractéristiques de l'entreprise (par exemple sa taille, son secteur d'activités), des obstacles liés au sexe et aussi obstacles liés à l'asymétrie de l'information³³.

7.1 Obstacles liés au climat général des affaires

Le climat général des affaires joue un rôle essentiel pour encourager ou freiner l'esprit d'entreprise en général et celui des femmes en particulier ; il influe également sur la disponibilité des instruments de financement. Les régimes en place contribuant à créer un climat favorable comprennent un programme complet de formation destiné à stimuler l'esprit d'entreprise, des mécanismes simples pour créer une entreprise, des réglementations claires assorties de contrôles de conformité simplifiés et des mesures d'aide fiscale, de même qu'une amélioration des informations et de la transparence quant aux instruments de financement disponibles. La mise en place par les pouvoirs publics d'un climat favorable peut grandement faciliter la rencontre d'une offre de capitaux et d'une demande non satisfaite ; en revanche, sans climat encourageant l'esprit d'entreprise, ce qui peut donner l'impression d'être une offre insuffisante peut en fait être une demande limitée de capitaux.

7.2 Obstacles liés aux caractéristiques de d'entreprise

Plusieurs études sur des femmes entrepreneuses montrent les difficultés qu'elles rencontrent en cherchant à obtenir un financement peut être le résultat de plusieurs facteurs qui caractérisent l'entreprise type détenue par une femme. De nombreuses entreprises détenues par des femmes partagent souvent un certain nombre de caractéristiques communes :

7.2.1 Les sociétés détenues par les femmes sont de petite taille

La grande majorité des entreprises détenues par des femmes appartiennent aux catégories des micro-entreprises, des petites et des moyennes entreprises. En Corée, par exemple, plus de 95 % des sociétés détenues par des femmes emploient moins de cinq personnes (chiffre de 1997), Au Mexique, environ 97 % des sociétés détenues par les femmes emploient moins d'une quinzaine de personnes (Zabludovsky, 1999). Et au Canada, 97 % des sociétés détenues par des femmes ont moins de cinquante salariés et 82 % ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à USD 500 000 (St-Onge, 1999).

³³KOREEN Miriam, Deuxième Conférence de l'OCDE sur « LES FEMMES ENTREPRENEURS À LA TÊTE DE PME : pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir » Paris, France 29-30 novembre 2000 P 12-13

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Le fait que les entreprises détenues par des femmes sont des petites et moyennes entreprises est assurément un facteur important pour ce qui est de leur capacité à obtenir un financement, en particulier sous forme de prêts bancaires, étant donné que les petites entreprises disposent de moins d'actifs pouvant servir de garantie.

7.2.2 Une présence importante dans le secteur des services

La grande majorité des sociétés détenues par les femmes se trouve dans le secteur des services. Aux États-Unis, plus de la moitié des sociétés appartenant à des femmes sont dans ce secteur ; au Canada et en Australie, le taux est supérieur à 60 % et 80 % respectivement (Weeks, 1999 ; St-Onge, 1999 ; Westpac, communication à titre privé). Cette forte concentration des femmes entrepreneuses dans les services qui est réputé risqué peut avoir d'importantes répercussions sur leur capacité d'accès aux capitaux.

La demande de biens d'équipement dans le secteur des services est plus faible d'où des besoins d'investissement souvent plus limités. Autrement dit, les coûts fixes associés à la mise en place du prêt rendent l'opération moins rentable pour les banques.

7.3 Obstacles liés au sexe

En dehors du climat général des affaires, des caractéristiques des sociétés et de l'asymétrie de l'information, les obstacles liés au sexe peuvent aggraver les difficultés que rencontrent les femmes pour obtenir un financement. Les explications possibles pour ce type de difficultés liées spécifiquement au sexe sont les suivantes :

7.3.1 Modes de pensée non conventionnels

Les femmes entrepreneuses peuvent avoir des modes de pensée et des méthodes de travail peu conventionnels par rapport aux hommes. Quant aux intermédiaires financiers, ils n'ont peut-être pas les compétences nécessaires pour évaluer des projets commerciaux innovants pour lesquels il n'existe aucun point de repère permettant d'apprécier les risques de crédit.

7.3.2 Valeurs sociales et culturelles

Du fait des valeurs sociales qui leur sont inculquées par leur famille et le système éducatif, les femmes peuvent manquer de confiance lorsqu'il s'agit de traiter avec les

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

autorités et les établissements financiers, et elles peuvent donc avoir plus de mal à présenter de façon convaincante leurs projets commerciaux ; ce manque de confiance peut aussi les amener à reculer devant le risque comparé aux hommes qui se lancent dans des projets commerciaux. Pour ces mêmes raisons, les intermédiaires financiers peuvent aussi estimer que les femmes entrepreneuses sont moins compétentes.

7.3.3 Responsabilités familiales

Les femmes qui gèrent une entreprise doivent généralement s'occuper simultanément de leur famille. Du fait de cette double responsabilité, les femmes entrepreneuses peuvent avoir une plus forte aversion au risque, et sont donc plus susceptibles de solliciter des prêts d'un faible montant. Les responsabilités familiales, et le problème de la multiplicité des priorités que cela sous-tend, peuvent aussi susciter une certaine méfiance des créanciers à l'égard des femmes entrepreneuses.

7.3.4 Manque de compétences en matière de gestion

Dans plusieurs pays industrialisés, les femmes entrepreneuses ont souvent un niveau de formation supérieur à celui de leurs homologues masculins (notamment au Canada, en Espagne, aux États-Unis, aux Pays-Bas et en Suède), mais elles tendent à manquer d'expérience entrepreneuriale ou administrative, ce qui risque de les désavantager lorsqu'elles cherchent à obtenir un financement.

7.3.5 Faiblesse de l'apport personnel nécessaire au démarrage de l'entreprise ou à la constitution d'une garantie

Les causes de ce phénomène sont variées, allant des salaires inférieurs des femmes, aux héritages moins importants pour les filles que pour les garçons.

7.4 Asymétrie de l'information

Les informations asymétriques peuvent aussi contribuer aux difficultés de financement que connaissent les entreprises détenues par des femmes. Les femmes entrepreneuses qui créent leur propre entreprise ont tendance à avoir moins d'expérience administrative et entrepreneuriale que les hommes ; les femmes n'ont donc pas d'antécédents en matière de crédits auprès des banques.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Cette absence de références place de toute évidence les femmes dans une situation désavantageuse lorsqu'elles cherchent à obtenir un prêt bancaire, les créanciers disposant de très peu d'informations à la fois sur la viabilité et/ou les caractéristiques de risque du projet commercial et la probabilité d'un remboursement en temps et en heure du prêt. Pour les banques, le prix à payer pour obtenir ce type d'informations peut dépasser la rentabilité du crédit accordé, surtout si le montant du prêt est relativement faible, ce qui entraîne l'octroi de prêts ne donnant pas satisfaction aux emprunteurs, ou un rationnement du crédit, pour des projets potentiellement viables.

8- L'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin

Au cours des dix dernières années, de nombreux travaux de recherche ont été réalisés dans plusieurs pays, pour attirer l'attention sur ce rôle important des femmes entrepreneuses et d'inciter les acteurs de la vie économiques à en tenir compte dans leurs orientations et décisions stratégiques. Les résultats de ces travaux établissent que la plus part des pays, affichent une forte corrélation entre le niveau de l'activité entrepreneuriale et la croissance³⁴.

La justification de l'intérêt porté à l'entrepreneuriat féminin réside dans l'importance économique et sociale que représentent la création et le développement des entreprises par les femmes³⁵.

Aux Etats-Unis, jusqu'en 2005, 10,6 millions d'entreprises (47,7 % de l'ensemble des entreprises créées aux Etats-Unis ont été l'œuvre des femmes, avec un chiffre d'affaires de 2,5 trillions de dollars³⁶. En France, 28 % de l'ensemble des entreprises créées ont été fondées et sont gérées par les femmes³⁷.

Ce qui explique l'écart de la croissance de ces pays moins développés est le niveau d'implication des femmes dans la vie économique et le développement de la société renferment des potentialités importantes insoupçonnées .et spécifiquement dans le domaine de

³⁴**BOUGHANEM Farida**, « L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : Cas de l'accompagnement par l'ANSEJ des femmes entrepreneuses de la wilaya de Tizi-Ouzou », Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Magister en Sciences Economiques, Université Mouloud Mammeri De Tizi-Ouzou.

³⁵LATOUCHE Christain, L'OBSERVATOIRE FIDUCIAL de L'entrepreneuriat Féminin, 2006 .p.9

³⁶ Mme Geneviève Bel, « l'entrepreneuriat au féminin » république française avis et rapports du conseil économique, social et environnemental, p.3.

³⁷ Idem

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

l'entrepreneuriat. Les pays n'encourageant pas les femmes à s'engager dans la création et le développement de nouvelles entreprises, risquent de ne pas réaliser la totalité de leur potentiel entrepreneurial, et par conséquent, la totalité de leur potentiel de croissance.

Section 03 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie

1- Cadre du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie³⁸

1.1 Système juridique et réglementaire et sa contribution à l'autonomisation économique des femmes

La nouvelle constitution est venue conforter l'égalité des citoyens devant la Loi. La protection de la femme occupe une place importante dans le dispositif juridique. Un Ministère chargé de la famille et de la femme a été mis en place. Les droits de la femme sont protégés par la constitution qui attribue les mêmes droits et les mêmes obligations pour l'homme que pour la femme dans leur participation au développement du pays. L'article 29 de la constitution énonce clairement le principe de l'égalité entre les citoyens et les citoyennes dans tous les domaines. L'article 32 de la constitution consacre le principe de non-discrimination et d'égalité des personnes devant la Loi.

La législation du travail algérienne consacre une égalité de traitement dans le travail de l'homme et de la femme. Le dispositif législatif a instauré le système de quota pour la représentation politique de la femme au niveau de l'ensemble des institutions de l'État. A ce cadre juridique et réglementaire, le gouvernement algérien a entrepris ces dernières années des actions de réformes économiques visant l'amélioration du climat des affaires et la modernisation de l'administration.

1.2. Lois et réglementation du travail et l'accès au marché du travail pour les femmes

L'Algérie a mis en place tous les dispositifs nécessaires. L'article 29 de la Constitution, énonce le principe d'égalité entre les citoyens, complété par l'article 32 (principe de non-discrimination). La législation du travail institue aussi le principe de non-discrimination de rémunération, des conditions de travail et de liberté d'affiliation, la faible participation des femmes au marché du travail, les écarts salariaux entre les femmes et les

³⁸ Évaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie étude faite par L'Organisation Internationale du Travail (BIT)

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

hommes, et les différences entre les sexes dans l'emploi par secteurs, indiqueraient qu'en réalité, il existe encore des obstacles systémiques à l'égalité des femmes sur le marché du travail.

1.3 Les associations des femmes entrepreneures existante en Algérie

1.3.1 L'association des Femmes Algériennes Chefs d'Entreprises « S E V E »

Créée en Juin 1993, les fondatrices de cette association issues elles mêmes d'entreprises privées et publiques ou occupant des postes de direction, représentaient le début d'une nouvelle ère en Algérie celui de l'entrepreneuriat féminin par un engagement dans la construction de l'économie algérienne SEVE s'appuie dans sa stratégie structurée sur trois points essentiels³⁹ :

- l'information
- la formation
- l'incitation à la création d'entreprises féminines

1.3.2 Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises « AME »

L'Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises existe depuis 2005, AME rassemble des adhérentes dirigeantes de sociétés, Sarl, Spa, Snc ou Eurl, à l'échelle nationale chacune excellent dans son domaine, avec des compétences complémentaires et une particularité qui les différencie les unes des autres. L'AME a les objectifs suivant⁴⁰ :

- créer un cadre où les élites féminines du monde de l'industrie et des services puissent conjuguer leurs énergies pour accompagner notre pays et l'aider à réussir son entrée dans le nouveau siècle.
- contribuer à l'émergence d'une entreprise moderne, évoluant aux standards internationaux d'excellence, une entreprise citoyenne, ouverte sur le monde, une entreprise qui gagne sa place par sa compétitivité, son pouvoir innovant, son capital partenarial international, une entreprise en phase avec les nouveaux modes de fonctionnement de l'économie mondiale fondée sur la connaissance et les réseaux de savoir.

³⁹<https://www.sevedz.com/presentation> (consulté le: 10/08/2018)

⁴⁰<http://ame.dz/page.php?type=presentation> (consulté le: 10/08/2018)

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

- créer une dynamique nationale où les femmes managers, les femmes chefs d'entreprises, les femmes artisanes trouvent de réelles chances de s'épanouir, trouvent des opportunités nouvelles, des réponses à leurs attentes et leurs préoccupations...

1.3.3 Association des Femmes en Economie Verte « AFEV »

L'Association des Femmes en Économie verte (AFEV) est une organisation qui travaille avec les femmes artisanes, les jeunes et les femmes entrepreneures au niveau local, national et euro-méditerranéen. Ses thèmes de travail liés au genre sont l'économie et l'emploi et l'éducation et la formation professionnelle. Les missions et les objectifs d'AFEV sont :

- Identifier et orienter les femmes et les jeunes vers les secteurs d'activités liés à l'économie verte.
- Aider à favoriser les collaborations fructueuses et tisser des liens à travers une plateforme d'échange et de communication.
- Aider à la création d'entreprises et permettre l'implantation et le développement de tout projet d'économie verte sur le territoire des communes adhérentes ou institutions ayant passé une convention.
- Œuvrer à la mise en place d'un Observatoire en économie verte et d'initiatives en faveur des porteurs de projets de création d'entreprise, en particulier des jeunes diplômés.
- Organiser des rencontres nationales et internationales dans le domaine de l'économie verte.

1.3.4 Réseau Algérien des Femmes d'Affaires « RAFA »

Le Réseau Algérien des Femmes d'Affaires « RAFA » travaille surtout avec les femmes artisanes et les femmes entrepreneurs au niveau national. Il a les objectifs suivants ⁴¹:

- Fédérer les efforts des femmes d'affaires et managers algériennes, contribué au développement économique et social de la nation.
- participer aux débats économiques sociaux initiés par les différentes instances gouvernementales et non gouvernementales.
- encourager et promouvoir l'esprit d'entrepreneuriat pour les femmes d'affaires algériennes.

⁴¹<https://www.euromedwomen.foundation/pg/fr/profile/samirahadjilani> (consulté le: 10/08/2018)

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

- créer un espace de dialogue et de communication des femmes entrepreneures dans tous les domaines d'activités de la culture d'entreprise et d'éthique.

2- Evolution de l'emploi féminin en Algérie (Chiffres ONS)⁴²

L'évaluation initiale de l'emploi féminin en Algérie dans les années 70-80 met en évidence la vulnérabilité sévère de la participation du sexe féminin sur le marché du travail. On estime alors : 138234 le nombre de femmes occupées en 1977 ; représentant un taux de 5,91 % de l'ensemble de la population occupée globale. Ce taux faisait le chiffre de 7,15 % en 1989. Les années 1990 connaissent une contribution marquante des femmes en matière d'emploi. On enregistre ainsi un taux d'occupation de 15,57 % de l'ensemble des travailleurs en 1997.

Au début des années 2000, l'accès des femmes au marché du travail a continué d'évoluer constituant une proportion de femmes occupées qui atteint les 18 % ; qui va principalement dans le sens du secteur public (CENEAP, 2005)⁴³. L'emploi féminin a respecté cette croissance puisqu'en 2012 la population active féminine a franchi le seuil de deux millions de femmes (2 142 000) formant ainsi 18,8 % de l'ensemble de la population active, alors que la population occupée féminine du moment est estimée, pour sa part, 1778000 femmes, atteignant ainsi 17,5 % de la population occupée totale.

En 2016, le volume de la part des occupées a franchi pour la première fois le seuil de deux millions (2062000), et qui constitue ainsi 18,9% de la population occupée.

⁴²<http://www.ons.dz>

⁴³ CENEAP, Niveau de vie et mesure de la pauvreté en Algérie, Synthèse, 2006, <http://www.ceneap.com.dz/Pdf/DevHum.pdf>.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

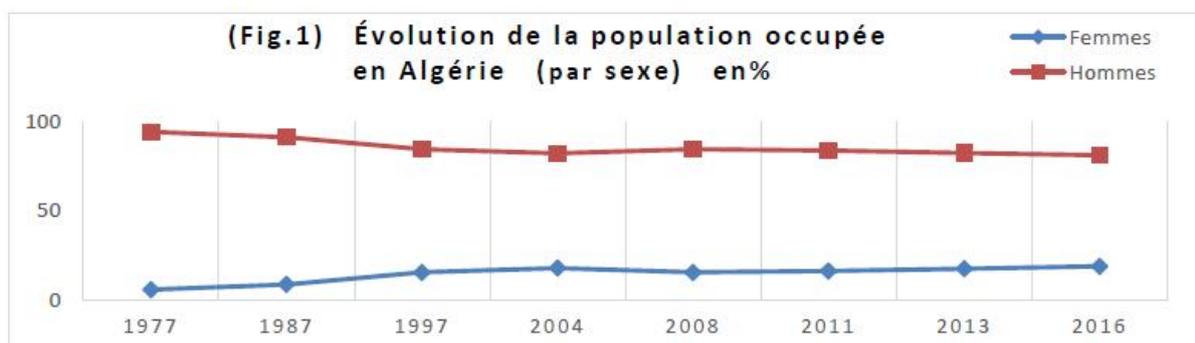


Figure n°01 : représentation de la population occupée en Algérie⁴⁴

La structure selon le secteur d'activité fait ressortir que le secteur des services/commerce se caractérise par une grande concentration féminine (70,61% en 1989 et 76,3% en 2016). La femme est très présente dans l'enseignement et la santé; opérant principalement dans le secteur public (63,7% de l'emploi féminin total en 2016)⁴⁵.

En ce sens, la ventilation selon le secteur juridique fait ressortir d'importantes disparités selon le sexe ; le secteur public n'absorbe que 36,8% des hommes de l'emploi total, malgré que l'Etat détienne à 90 % les actifs des institutions financières⁴⁶. Alors, que le salariat continue à constituer la forme d'emploi dominante auprès des femmes, puisqu'il atteint 78,0% (en majorité dans le secteur public) contre 67,8% chez les hommes (en 2016).

Dans un autre contexte, l'évolution de l'emploi féminin de ces dix dernières années s'est caractérisée par une baisse du taux de chômage ; passant de 30% en l'an 2000 à 11,0% en 2012 et 9,9% en avril 2016.

⁴⁴Source propre sur la base de données ONS

⁴⁵ CNES, 2007, Rapport National sur le développement humain : Algérie 2006, Réalisé en coopération avec le Programme des Nations Unies pour le développement, Algérie.

⁴⁶ Adair et Hamed, 2012, Micro-entreprises et micro- crédit au Maghreb, Journée de l'AFSE – L'économie du développement et de la transition CERDI –Clermont-Ferrand ,19 -20 Mai 2005.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

3- Facteurs explicatifs de la progression féminine en matière d'emploi

3.1 Facteur démographique

La population résidente totale en Algérie est à 40,4 millions d'habitants au premier janvier 2016.⁴⁷

3.2 Mutations économiques et socioculturelles résultantes de la crise économique de 1986

Marquées par un chômage accentué, une fragilité des canaux de solidarité et une baisse du niveau de vie d'une grande partie de la société algérienne. Ce changement touchant ainsi certaines idées et valeurs relatives à la notion du travail, au sein de la société ; a exprimé un recours de plus en plus élargi à la planification familiale, poussant ainsi la femme algérienne à trouver du travail pour gagner sa vie, en cherchant aussi de l'estime et d'intégration dans une société patriarcale.

3.3 La hausse des qualifications chez les femmes

La qualification des femmes a nettement progressé grâce aux effets de la scolarisation et de la formation professionnelle où les filles sont présentes au même titre et pratiquement aux mêmes proportions que leur homologue masculin.⁴⁸

3.4 Le développement technologique et l'expansion du secteur tertiaire

C'est des facteurs qui ont conduit à l'apparition de nouveaux types d'emplois et de nombreuses activités ; constituant des opportunités pour un grand nombre de demandeurs d'emploi.

3.5 La contribution de l'Etat

La contribution de l'Etat se manifestant par des décisions courageuses qui ont été prises : constitutionnalisation de la liberté d'entreprendre et de la parité homme-femme en matière d'accès à l'emploi, ouverture du capital social des entreprises publiques, réformes de la fiscalité... sans négliger la mise en place des dispositifs d'aide à l'emploi, et de plusieurs

⁴⁷<http://www.ons.dz> (consulté le : 13/08/2018)

⁴⁸K. Boutaleb et A. Boualali: «L'activité féminine en Algérie: réalités et perspectives» dans Colloque International sur le Marché du Travail et Genre dans les Pays du Maghreb: Spécificités, Points communs et synergies avec l'Europe (Rabat, 2003)

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

organisations patronales encourageant particulièrement les femmes à se lancer dans l'investissement.

4- Entrepreneuriat féminin en Algérie en quelques chiffres

L'évolution de l'emploi féminin en Algérie est loin d'être évidente surtout en matière d'entrepreneuriat. Le taux d'entreprises dirigées par des femmes dans la région du Maghreb est parmi les plus bas au monde (12% comparé à 33% au niveau mondial, BIT, 2016)⁴⁹.

Le contexte algérien présente un taux plus faible, malgré les discours d'encouragement à l'entrepreneuriat féminin (début des années 2000) à travers des réformes et des lois facilitant la création des entreprises. Un effort qui commence timidement à avoir ses fruits, puisqu'on constate une évolution de l'entrepreneuriat des femmes où le taux ne dépassait pas 3% en 2000 ; a connu une hausse à 6% en 2005(OCDE, 2005)⁵⁰ puis à 8 % de nos jours du nombre global des opérateurs économiques inscrits au CNRC.

L'Algérie comptait 136.204 femmes d'affaires jusqu'à fin 2015 contre 130.416 en 2014, 116.474 en 2012 et 115.241 en 2010 et qu'au cours des neuf dernières années ce chiffre a progressé de 33 %. Ces chiffres sont loin de représenter la réalité, sachant qu'ils recensent uniquement les femmes chefs d'entreprises inscrites au CNRC, sans inclure le nombre considérable de femmes entrepreneuses associées dans des entreprises et qui exercent dans l'informel⁵¹.

Par contre, on relève du côté de l'ONS une progression en volume de l'auto-emploi, avec une hausse de 636195 employeurs et indépendants depuis 2004 à avril 2016. Mais, la répartition selon le sexe fait savoir que cette évolution a affecté principalement les hommes, alors que la part féminine a connu une quasi-stagnation au cours de cette même période.

⁴⁹ BIT, 2016, Promotion et développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et au Maroc, http://www.ilo.org/addisababa/about-us/offices/algers/WCMS_442886/lang--fr/index.htm. (Consulté le: 15/08/2018)

⁵⁰ OECD, 2005, Promoting Women's Entrepreneurship in the MENA Région: Background Report and Policy Considerations,). <http://www.oecd.org/dataoecd/56/17/36086903.pdf>.

⁵¹En se référant toujours aux statistiques Du CNRC

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Même si certaines enquêtes (Mebtoul, 2010)⁵² révèlent une baisse du nombre des salariées et une augmentation de la catégorie « *employeuses et indépendantes* ».

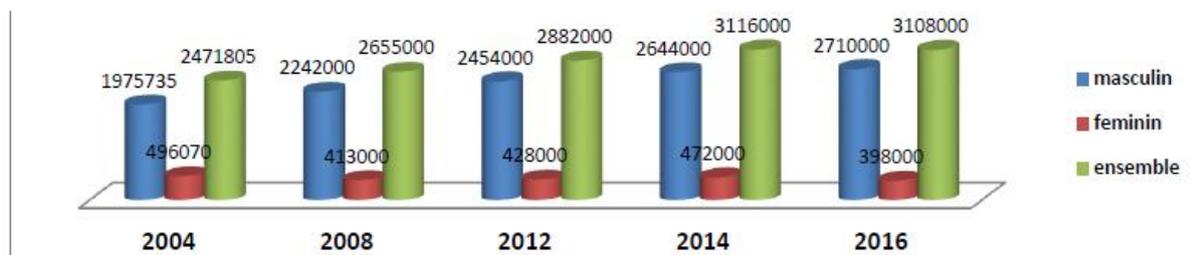


Figure n°02 : répartition de la population occupée selon la situation 'employeurs-indépendants'

5- Profil des femmes entrepreneuses dans l'économie algérienne

5.1 Participation des femmes entrepreneuses aux programmes de financement

Le gouvernement algérien a mis en place tout un ensemble de mesures dirigées à booster l'entrepreneuriat et qui sont offerts de manière égalitaire aux hommes et aux femmes. Cependant, l'accès aux dispositifs d'appui n'est pas aisé pour toutes les femmes, qui souffrent des obstacles sociaux et bureaucratiques d'accès aux services de soutien à la création.

Selon l'étude faite par L'Organisation Internationale du Travail (OIT) sur l'Évaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie Les femmes ont mis l'accent en particulier sur le financement pour le développement de leurs activités et demandent de services financiers permettant aux entreprises de grandir en absence d'un marché de produits financiers ou bancaires plus développés et adaptés à leurs besoins.

De même la relation des femmes entrepreneuses avec les banques semble être globalement difficile et/ou conflictuel et relève souvent des aspects économiques, règlementaires mais aussi culturels. Les femmes accusent les banques de ne pas vouloir financer leurs besoins de crédits ou d'être très bureaucratique et lents dans le traitement de

⁵² Mebtoul A, Quelle place pour l'entrepreneuriat féminin en Algérie ? <http://www.algeria.com/forums/womens-corner/28201-quelle-place-pour-lentrepreneuriat%E9minin-en-alg%E9rie.html> (consulté le 15/08/2018)

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

dossiers. Le rejet du crédit par la banque se produit lors de l'étude du projet, qui révèle des insuffisances ou des difficultés de remboursement du crédit.

Concernant l'adhésion minoritaire des femmes aux programmes de financement public plus connus (ANSEJ, CNAC) ceci pourrait révéler le besoin d'adapter ces services aux besoins spécifiques des femmes. L'obligation d'être au chômage, ou de disposer d'un local lors du dépôt du dossier limite l'accès des femmes à ces services.

De même, certains métiers ne sont pas très privilégiés, en particulier lorsque la demande de crédit sert à financer de l'immatériel (produits numériques, software, fonds de roulement, etc.). En revanche, le produit de l'ANGEM destiné à l'achat de matières premières et des équipements de moindre coût de l'ANGEM semble s'adapter à une cible de femme travaillant dans des métiers à domicile. Les demandes de garanties exigées par les banques pour accéder au crédit (hypothèques) sont jugées trop exorbitantes par les femmes chefs d'entreprise.

5.2 Programmes de financement spécifiques destinés aux entreprises appartenant aux femmes

Le gouvernement ou d'autres organes pourraient lancer des programmes de financement spécifiques pour des femmes entrepreneuses. Certes, il y a eu des tentatives de mettre en place de services financiers destinés aux femmes, mais ces services sont restés circonscrits à des moments et espaces très réduits ou encore des initiatives très jeunes pour démontrer l'impact dans le temps (Guichet Unique Femmes BNA/ FCE). Hormis ces initiatives, il ne semble pas exister d'approche systémique axée sur le genre.

La convention signée entre le Forum des chefs d'entreprises (FCE) et la Banque BNA portant création d'un guichet dédié aux femmes chefs d'entreprises peut être donc considérée comme le seul service financier destiné aux femmes entrepreneuses actuellement en Algérie

6- Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin en Algérie

Bien qu'une évolution sensible soit intervenue dans tous les domaines, notamment sur le plan légal et celui des libertés individuelles, permettant l'accès des femmes au marché du travail, certaines inégalités structurelles contribuent au maintien d'un climat de monopole masculin. Les obstacles recensés, sont triés à partir d'un ensemble d'enquêtes réalisées en

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Algérie. Ces enquêtes ont servi de support à des communications exposées au colloque international sur la problématique de l'entrepreneuriat féminin en Algérie, qui a eu lieu à Alger le 31 Mars 2008.

N. Remaoun – Benghabrit et Y. Rahou (2006) étudient les difficultés auxquelles les femmes porteuses de projets rencontrent lors de la réalisation de leurs projets d'entreprises. Elles ont eu le mérite d'être les premières à avoir posé la problématique de la femme porteuse de projet au niveau de la wilaya d'Oran. L'objet de leur étude s'est focalisé sur l'Itinéraire de la femme entrepreneure Oranaise. Leur enquête a été menée auprès d'un échantillon de 85 femmes entrepreneures. Les problèmes majeurs sont :

- Les impôts à 34,12%,
- L'accès au crédit à 22,35 %,
- Les responsabilités familiales à 17,6 %,
- Le manque d'offres de marché ou de vente à 15,29 %.⁵³

N. Remaoun – Benghabrit et Y. Rahou, mentionnent, suite à cette enquête, les principales difficultés que rencontrent les femmes entrepreneures oranaises. A savoir⁵⁴ :

- Conciliation vie familiale, vie professionnelle
- Les charges professionnelles et fiscales
- Environnement à risque
- L'accès difficile au marché
- Difficulté liée à la gestion de leurs entreprises

TAYA Yasmina la présidente de l'association SEVE, a posé elle aussi la problématique de la femme entrepreneuse en Algérie selon une enquête qu'elle avait menée auprès d'un

⁵³ BENGHARBIT-REMAOUN Nouria, RAHOU Yamina «Atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin : analyse d'enquêtes » Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie: Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger le 31/03/2008.

⁵⁴ BENGHARBIT-REMAOUN Nouria, RAHOU Yamina « Itinéraire de femmes entrepreneurs en Algérie : cas d'Oran », colloque international création d'entreprise et territoire »Tamanrasset, 03 et 04 décembre 2006.

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

échantillon de 15 femmes chefs d'entreprises de la wilaya d'Alger. Les femmes enquêtées ont rencontré les difficultés suivantes⁵⁵:

- **Marché pour le secteur BTPH** (problèmes pour se faire obéir sur les chantiers)
- **Valeurs socioculturelle négative**
- **Difficultés pour accéder au crédit** (Trop de documents à fournir, trop de garanties à donner dans les délais de traitement des dossiers de crédit, Intérêt trop élevés pour l'investissement)
- **Difficultés liées à leur statut de femmes chef d'entreprises** (L'administration Le difficultés de sortir le soir pour les dîners d'affaires)

⁵⁵ TAYA Yasmina « Intervention de madame TAYA Yasmina : Présidente de l'association SEVE (avoir et Vouloir Entreprendre) » Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger le 31/03/2008

Chapitre II : L'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance

Conclusion du chapitre

Globalement, la contribution des femmes à l'activité et à l'emploi s'est accrue au fil du temps. Les femmes entrepreneuses et leurs entreprises représentent une part importante et croissante du monde des affaires. Elles jouent un rôle de premier plan dans les secteurs traditionnellement occupés par des femmes, mais également dans ceux où leur participation est plus récente.

Malgré la tendance à la hausse observée au cours des dernières années, le pourcentage d'entrepreneuses reste faible en Algérie que ce soit par rapport au pourcentage d'entrepreneurs masculins ou par rapport à la population des femmes dans l'ensemble de la population.

La capacité des femmes à entreprendre des activités économiques ne dépend pas seulement de l'accès à des ressources financières ou à des moyens de production. Elle est conditionnée par une série de facteurs culturels, politiques, économiques et sociaux qui peuvent favoriser ou restreindre les possibilités des femmes.

Les critères de solvabilité et de rentabilité, l'analyse et l'évolution du risque, le respect des règles prudentielles se conjuguent pour rendre difficile si non impossible l'accès au financement. Pour beaucoup de jeunes entrepreneurs, et notamment les femmes, les procédures mises en œuvre pour instruire, traiter, élaborer, conseiller, et finaliser un financement sont pénibles voire décourageantes. La prudence des banques est perçue comme absence totale de prise de risque et que les garanties demandées ne sont pas toujours en fonction des crédits demandés, malgré l'existence d'un fond de garantie de risque/crédit. La complexité des procédures, leurs lourdeurs ouvre la voie à des comportements contraires à l'efficacité et constituent par conséquent un frein au financement de l'investissement de création d'entreprise.

**Chapitre III: analyse des
résultats des enquêtes portant
sur la contribution des banques
dans le financement des femmes
entrepreneuses**

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

Introduction

Dans les chapitres précédents, nous avons présenté les aspects théoriques des banques et de l'entrepreneuriat féminin dans le monde et en Algérie. Dans le premier chapitre nous nous sommes focalisés sur les banques et le financement bancaire des PME. Ensuite, dans le second chapitre nous nous sommes focalisés sur l'entrepreneuriat en général. Ensuite, nous avons détaillé l'entrepreneuriat féminin, où nous l'avons défini, présenté leurs objectifs et leurs motivations à entreprendre ainsi que leurs besoins financiers...

Ce chapitre est consacré à l'étude empirique de notre travail. Cette étude sur le terrain est réalisée grâce à deux questionnaires, le premier réalisé auprès des femmes entrepreneuses, et le deuxième questionnaire réalisé aux prés des banques.

La première enquête vise à identifier les caractéristiques des femmes entrepreneuses, notamment leurs niveaux d'études, leurs motivations à entreprendre, les difficultés rencontrées, aussi la part de la clientèle féminine située aux prés des banques, les différents crédits demandés par les entrepreneuses... Ensuite, la deuxième enquête vise à déterminer l'importance des entreprises féminines auprès des banques.

Pour pouvoir répondre à toutes ces interrogations, nous allons, à travers ce chapitre présenter d'abord la méthodologie utilisée, et expliquer la démarche suivie concernant les objectifs des enquêtes et leur déroulement, le contenu des questionnaires, l'échantillon étudié, la collecte d'informations, et enfin les résultats trouvés et la manière dont ils sont traités.

Section 01 : Méthodologie et ordonnancement des enquêtes

Pour les besoins de notre travail de recherche, nous avons effectué deux enquêtes ; la première enquête réalisée auprès des femmes qui exercent une activité entrepreneuriale et une autre enquête réalisée auprès de deux banques.

1- la population

La population est constituée par l'ensemble des sujets, unités ou objets qui sont potentiellement concernés par l'enquête. En fonction de l'étude, la population peut être constituée d'un ensemble de personnes, d'organisations ou d'objets matériels¹.

2- L'échantillon

Le mot échantillon « vient du vieux français échantillon » qui veut dire « échelle pour mesurer ». Son ancêtre linguistique donne à ce terme une idée très claire du rôle qu'il doit jouer dans le travail de recherche, servir de mesure-étalon, de base de mesure².

On définit aussi l'échantillon comme étant une petite quantité d'un produit destinée à en faire connaître les qualités ou à les apprécier ou encore une portion représentative d'un ensemble, un spécimen. Il est généralement impossible, voire inutile, d'effectuer le recueil de données sur l'ensemble de la population. C'est pourquoi on sélectionne une partie de la population - l'échantillon - sur qui va effectivement porter l'enquête.

3- Le choix de l'échantillon

La littérature stipule qu'il existe deux approches dans l'élaboration d'un échantillon, il s'agit de :

- ❖ L'approche probabiliste
- ❖ L'approche non probabiliste

¹<http://www.esen.education.fr/conseils/recueil-de-donnees/operations/ingenierie-du-recueil-de-donnees/choix-de-la-population/> (consulté le : 29/09/2018)

²Aktouf O, « *Méthodologie des sciences sociales et approches qualitatives des organisations* », Ed. LesPresses de l'Université du Québec, Montréal, 1987, p.72

3.1 L'approche probabiliste (Aléatoire)

L'échantillonnage probabiliste repose sur un choix d'unités dans la population fait au hasard, ce n'est pas l'enquêteur qui choisit les unités, c'est la méthode utilisée pour la sélection qui le fait. Une des caractéristiques de cette méthode est que chaque unité de la population a une probabilité mesurable d'être choisie.

3.2 L'approche non probabiliste (Raisonnées ou empirique)

L'échantillonnage non probabiliste repose sur un choix arbitraire des unités, c'est l'enquêteur qui choisit les unités et non le hasard. En ce sens, il serait donc aventureux de généraliser les résultats obtenus pour l'échantillon à toute la population.

Dans ce travail, on a choisi l'échantillonnage non probabiliste, parce que dans celui-ci, la sélection d'un élément de population, pour qu'il fasse partie de l'échantillon, se base d'une grande partie du critère du chercheur. Il n'existe pas une opportunité réelle d'élément particulier de la population peut être choisi. Par conséquent on ne peut pas calculer l'erreur d'échantillonnage qui peut arriver.

Dans la branche de l'échantillonnage non probabiliste, nous trouvons l'échantillonnage de « convenance », comme son nom l'indique, les échantillons de convenance sont choisis, par la convenance du chercheur. Dans celle-ci on ne spécifie pas clairement la population dont on a pris l'échantillonnage réel. Donc l'enquêteur peut affirmer que son échantillon représente à la communauté. La majorité des membres de la communauté n'ont pas l'opportunité d'être choisis. Seulement, ceux qui se trouvent à la portée de l'enquêteur ou dans l'emplacement, où se réalise l'enquête, ils ont l'occasion d'être choisis. En plus, on ne connaît pas la probabilité précise de ces personnes pour pouvoir être choisies.

4-Méthode de collecte de données

Il existe deux méthode de collecte des données à savoir

- ❖ L'entretien
- ❖ Le questionnaire

4.1 L'entretien

Selon le dictionnaire Larousse, l'entretien désigne une conversation entre deux ou plusieurs personnes sur différents sujets. Les personnes peuvent être des amis, des membres de la famille ou autres.

Au sens scientifique, l'entretien est une méthode de recherche et d'investigation. Par le biais de cette méthode, l'enquêteur cherche à obtenir des informations sur les attitudes, les comportements, les représentations d'un ou de plusieurs individus dans la société.³

4.2 Le questionnaire

Le questionnaire est un outil méthodologique comportant un ensemble de questions qui s'enchaînent d'une manière structurée. Il est présenté sous une forme papier ou électronique. Il peut être administré directement par l'intermédiaire d'un enquêteur (face à face ou téléphone) ou indirectement (envoi postal ou auto-administré).

Dans ce travail, on a choisi de collecter les informations par la méthode de questionnaire, le premier destiné aux femmes (*voir annexe 1*) et le deuxième destiné aux banques (*voir annexe 2*). Ces deux questionnaires sont composés de :

- ❖ Questions fermées
- ❖ Questions fermées à réponses multiples
- ❖ Questions ouvertes

Toutes les questions posées, assurent un vocabulaire simple, la précision, et l'enrichissement des réponses par des questions ouvertes.

5- Evolution des enquêtes

Le déroulement des enquêtes a débuté le mois de juillet jusqu'au mois d'août 2018, et les questions posées ont été adressées pour les entreprises et les banques dans le but d'avoir des informations. Ces questions ont été adressées aux propriétaires des entreprises et aux directeurs des agences bancaires.

³<https://arlap.hypotheses.org/8170> (consulté le: 29/09/2018)

5.1 Le questionnaire adressé aux entreprises

Nous avons élaboré un questionnaire composé de 24 questions destinées aux femmes entrepreneuses, dans le premier but et d'identifier le profil des entrepreneuses, ensuite identifier le profil des entreprises créées, les sources de financement de démarrage, ensuite déterminer les relations existant entre ses entreprises et les banques. En fin, on a posé des questions dans visant l'évaluation du secteur bancaire par les femmes entrepreneuses.

5.2 Le questionnaire adressé aux banques

Le questionnaire est constitué de 16 questions posées, destinées aux dirigeants des banques c'est des questions qui visent à déterminer : le nombre de la clientèle féminine des banques, la part des entreprises féminines dans le crédit, les garanties demandées aux femmes entrepreneuses ainsi que l'importance de cette clientèle pour les banques interrogées... l'objectif est toujours dans le but de répondre à notre problématique.

6- analyse de l'information

Pour l'analyse des données, sera effectuée à travers le paquet Excel. Ce paquet a été choisi dû au fait qu'il est facile dans son utilisation et en outre, il fournit des graphiques qui vont aider à la compréhension facile des informations.

7- Les obstacles rencontrés

Nous avons rencontré plusieurs obstacles durant les deux enquêtes effectuées dans. On peut les citer comme suit :

- ❖ La confidentialité des informations.
- ❖ La non-collaboration de quelques entreprises.
- ❖ Le déplacement dans les différentes régions de la wilaya demande des sacrifices non seulement matériels mais aussi humains (effort physique surtout en période d'été).

Section 02 : Analyse et interprétation des résultats des enquêtes

1- l'enquête réalisée auprès des femmes entrepreneuses

1.1 Profil des femmes entrepreneuses

1.1.1 Répartition des entrepreneuses selon l'âge

Le tableau suivant résume les résultats de la répartition des entrepreneuses enquêtées selon leur âge

	Effectif	Pourcentage
Mois de 25 ans	2	8%
De 25 à 30 ans	6	24%
De 31 ans à 40 ans	12	48%
Plus de 40 ans	5	20%
Total	25	100%

Tableau n°01 : répartition des entrepreneuses selon l'âge⁴

Commentaires

Cette représentation concerne les réponses à la question portant sur l'âge des entrepreneuses, où on remarque que le taux le plus élevé est de 48%. Il constitue la tranche d'âge entre 31 et 40 ans. Ensuite, un taux de 24% pour la tranche d'âge de 25 à 30 ans. Et en troisième position, le taux de 20 % pour la catégorie d'âge de plus de 40 ans.

1.1.2 Répartition des entrepreneuses selon leur niveau d'instruction

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

⁴ Résultats de notre enquête.

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

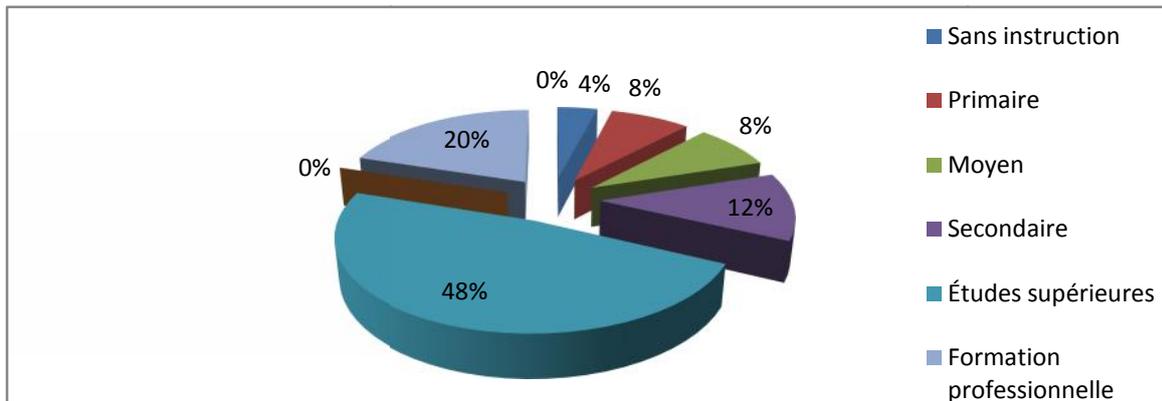


Figure n°01 : représentation des entrepreneuses selon leur niveau d'instruction⁵

Commentaires

Pour le niveau d'instruction, on remarque que 48% des femmes enquêtées ont un niveau des études supérieur c'est-à-dire diplômés soit Licence ou Master, ensuite 20% ont suivi des formations professionnelles. Dans l'ensemble, très peu de femmes entrepreneuses sont sans instruction.

1.1.3 Répartition de la situation professionnelle avant la création de l'entreprise

En réponse à la question : « Avez-vous déjà travaillé ? », nous avons obtenu les résultats suivants :

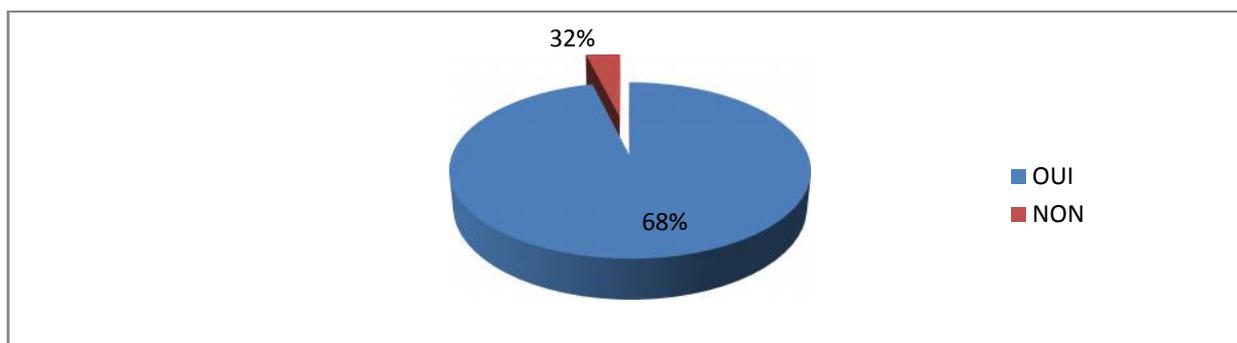


Figure n°02 : représentation des entrepreneuses selon leur : la situation professionnelle.⁶

⁵ Résultat de notre enquête

⁶ Idem

Commentaires

La majorité des entrepreneuses enquêtées (17 entrepreneuses) soit 68%, ont déjà travaillé avant de créer leur propre entreprise, contrairement à 32% du total des entrepreneuses qui n'ont pas d'expérience dans le monde du travail.

1.1.4 Les situations qui ont déclenché le processus de création d'entreprise

En réponse à la question à choix multiples : «*quelles sont les situations qui ont déclenché le processus de création d'entreprise ?* », Nous avons obtenu les résultats suivants :

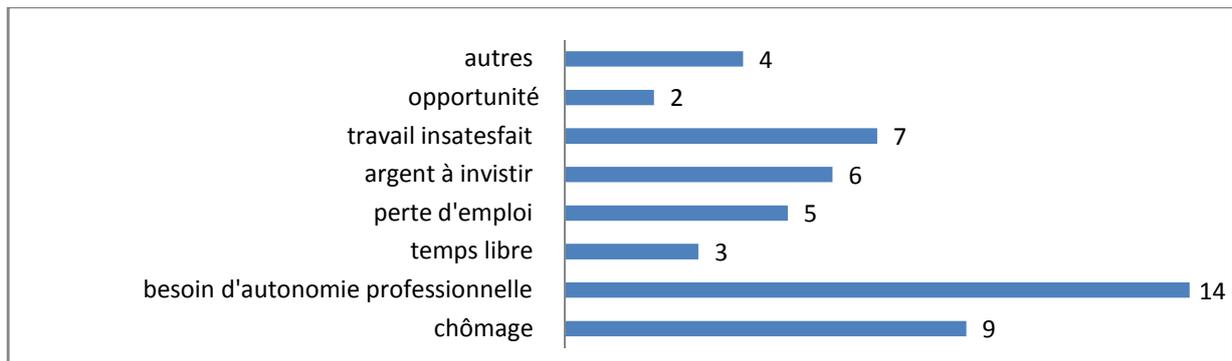


Figure n°03 : Les situations qui ont déclenché le processus de création d'entreprise⁷

Commentaires

A travers les réponses à cette question, on a constaté que les motivations les plus fréquentes: sont le besoin d'autonomie professionnelle avec 14 réponses, ensuite 09 réponses pour le chômage, 09 réponses déclarant qu'elles ont un travail insatisfait, 06 réponses pour l'argent à investir, 05 femmes ont fait le choix de créer une entreprise car elles ont perdu leurs emplois.

⁷ Résultats de notre enquête

1.2 Profil des entreprises

1.2.1 Répartition des entreprises selon leurs tailles

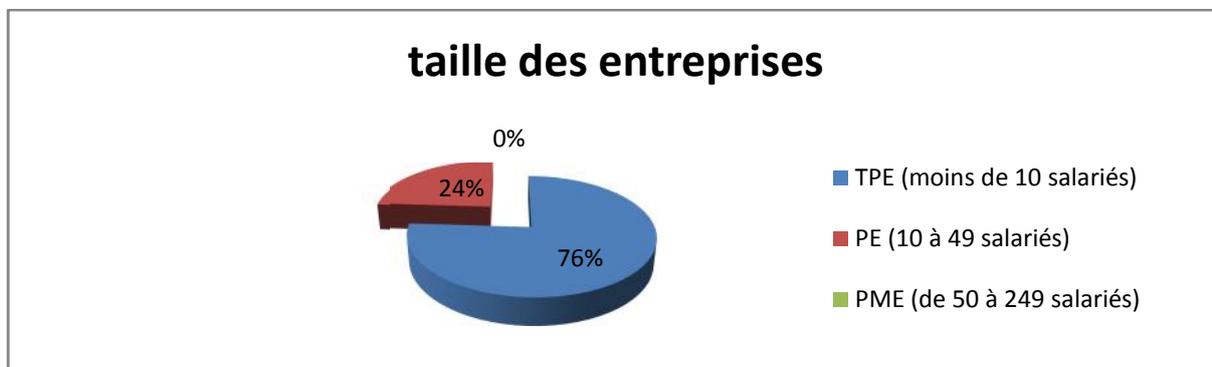


Figure n°04 : représentation des entreprises selon le type⁸

Commentaires

Cette représentation concerne les réponses sur la taille des entreprises. On remarque que la plupart des entreprises sont des TPE, avec un nombre de 19 (76% de l'échantillon). Ensuite, le reste des entreprises enquêtées sont des PE (24% de l'échantillon).

1.2.2 Répartition des entreprises selon le secteur d'activité

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

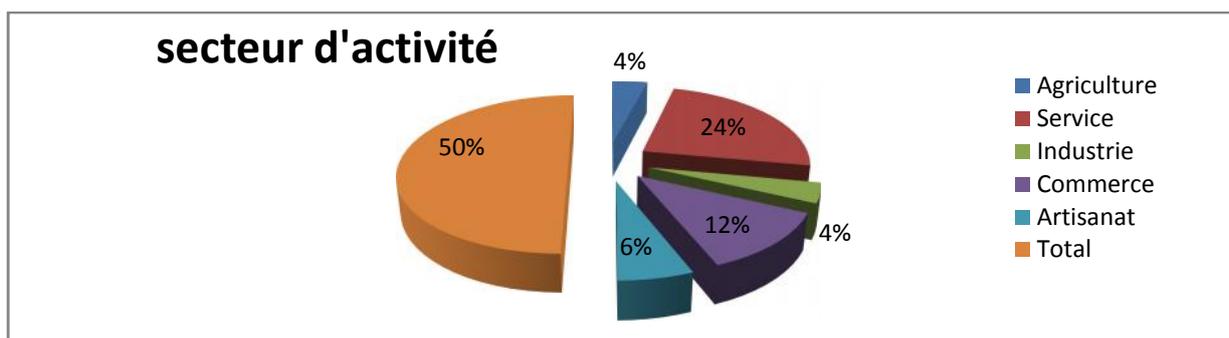


Figure n°05 : Répartition des entreprises selon les Secteurs d'activité⁹

Commentaire

Suivant les déclarations des femmes, Les secteurs d'activité sont répartis comme suite : 12 femmes exercent l'activité liée aux services, 06 commerçantes, et 03 artisans.

⁸ Résultats de notre enquête

⁹ Idem

1.2.3 Les contraintes rencontrées lors de la création de l'entreprise

En réponse à la question : «**Quelles étaient les contraintes rencontrées lors de la création de l'entreprise ?** » Nous avons obtenu les résultats suivants

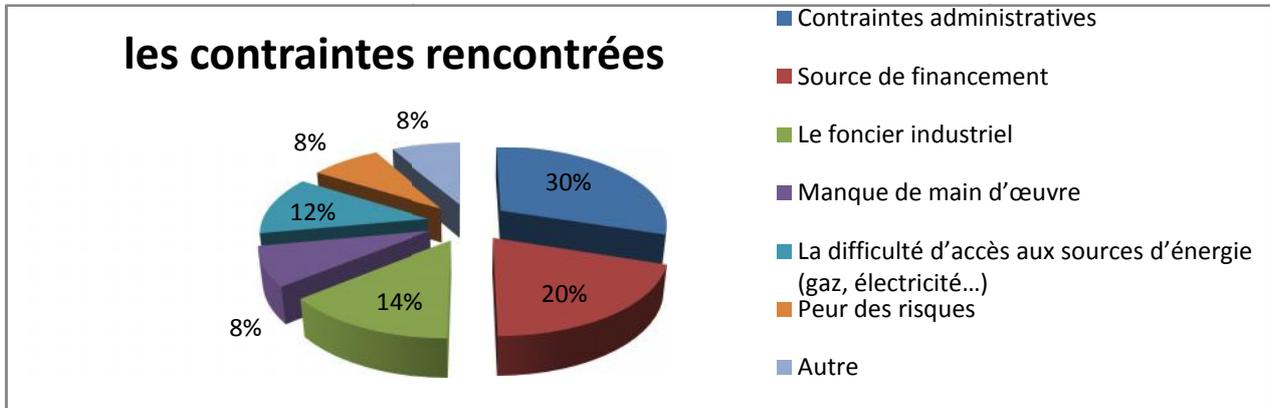


Figure n°6 : les contraintes rencontrées lors de la création de l'entreprise

Commentaires

D'après les réponses à cette question à choix multiples, nous avons constaté que les entrepreneuses sont soumises à des différentes contraintes. 15 entrepreneuses enquêtées trouvent des difficultés administratives et réglementaires, Ensuite, 10 femmes ont rencontré la contrainte du financement...

1.3 Sources financières de démarrage des entreprises

1.3.1 La provenance du capital de départ de l'entreprise

En réponse à la question : «*quelle est la provenance du capital de départ de l'entreprise ?* » Nous avons obtenu les résultats suivants

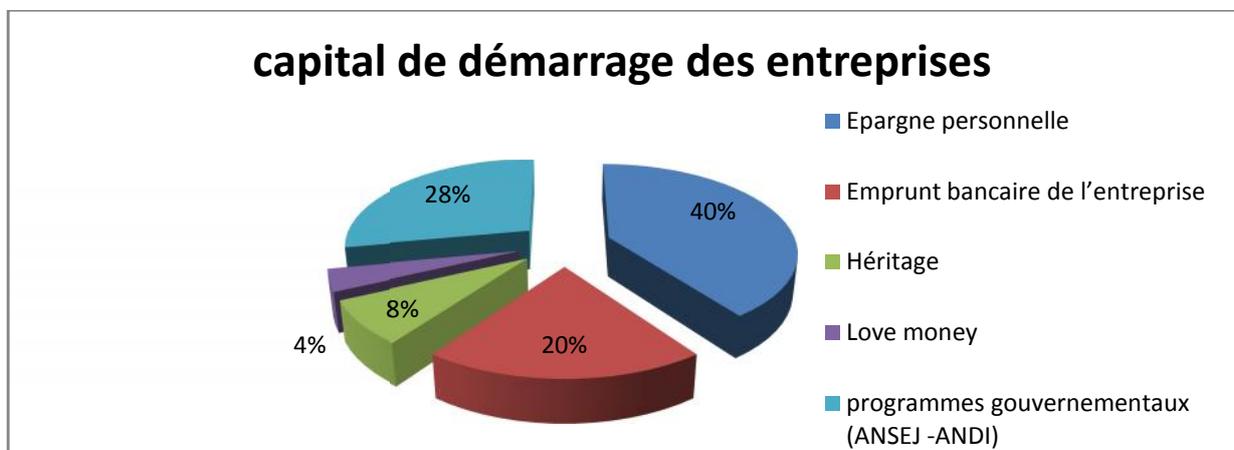


Figure n° 07 : La provenance du capital de départ de l'entreprise

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

D'après les résultats de notre enquête, 40% des femmes interrogées leur capital provient de leurs épargnes personnelles, tandis que 28% des femmes ont demandé l'aide d'un organisme de soutien (ANSEJ- ANDI), 20% des femmes ont constitué le capital à travers un crédit bancaire

1.3.2 L'organisme de soutien

Sur les 25 femmes interrogées, seules 7 femmes qui ont demandé d'aide auprès d'un organisme de soutien. Donc cette question a été adressée à cette catégorie (celles qui ont demandé d'aide auprès d'un organisme de soutien)

	Effectif	Pourcentage
ANDI	1	14%
ANSEJ	4	57%
CNAC	2	28%
Total	7	100%

Tableau n°02 : répartition des différents dispositifs de soutien¹⁰

Commentaires

Nous observons, d'après la figure n°02, que 57% des entrepreneuses ayant demandé de l'aide, l'ont fait auprès de l'ANSEJ grâce à leur prêt (10 millions de dinars), suivi par la CNAC avec un taux de 29%, et enfin l'ANDI avec 14%.

1.4 Relations entreprises féminines avec les banques

1.4.1 La détention d'un compte bancaire

En réponse à la question : « Avez-vous un compte bancaire ? » Nous avons obtenu les résultats suivants :

	Effectif	Pourcentage
Oui	25	100%
Non	0	0%
Total	25	100%

Tableau n°03 : représentation de la détention des comptes bancaire par les entrepreneuses¹¹

¹⁰ Selon les résultats de notre enquête

¹¹ Résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

Commentaires

D'après les résultats de notre questionnaire, la plupart des entrepreneuses ont un compte bancaire, cela s'explique par l'obligation de détenir un compte bancaire pour pouvoir exercer une activité formelle en Algérie.

1.4.2 La demande d'un crédit bancaire

En réponse à la question : « Avez-vous demandé un prêt bancaire ? » Nous avons obtenu les résultats suivants

	Effectif	Pourcentage
Oui	12	48%
Non	13	52%
Total	25	100%

Tableau n°04 : représentation de la demande des crédits bancaire

Commentaires

D'après les résultats de notre questionnaire, 12 femmes déclarent avoir demandé des crédits auprès de leur banque, tandis que les autres (soit 48%) n'ont jamais demandé des crédits.

1.4.3 Le nombre des crédits demandés

Cette question a été adressé aux 12 femmes (celles qui ont demandé des crédits bancaires, l'ensemble des demandes est de 20 demandes au total)

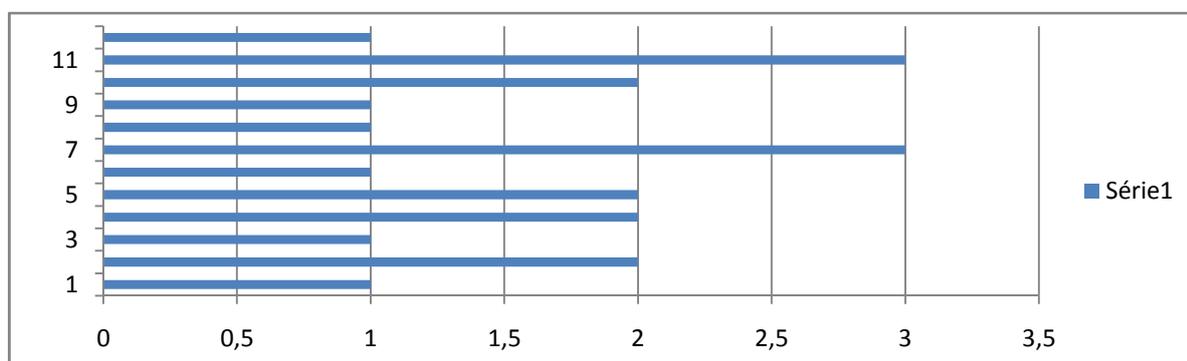


Figure n°08 : nombre des crédits demandés par les entrepreneuses¹²

¹² Résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

Commentaires

D'après cette figure, on remarque que la plupart des entrepreneuses ont demandé qu'un seul crédit (soit 06 entreprises), ensuite, 04 femmes ont demandé deux crédits bancaires, à la fin seulement 02 femmes qui ont demandés 03 crédits bancaires.

1.4.4 La durée des crédits demandés

Cette question a été toujours adressée aux femmes qui ont demandé un crédit bancaire, soit les 12 femmes (l'ensemble de leurs demandes est de 20)

	Effectif	Pourcentage
Prêt à très court terme (jusqu'à 3 mois)	2	4%
Prêt à court terme (jusqu'à 2 ans)	10	40%
Prêt à moyen terme (jusqu'à 7 ans)	12	48%
Prêt à long terme (jusqu'à 20 ans)	1	8%
Total des demandes	20	100%

Tableau n° 05: représentation de la durée des crédits demandés¹³

Commentaires

Selon ce tableau, 12 demandes pour les prêts à moyen terme celui dans la durée est jusqu'à 07 ans (utilisés pour l'achat des machines, démarrage de l'activité...). Ensuite, 10 demandes effectués pour les prêts à court terme (jusqu'à 2 ans), utilisé pour les besoins d'exploitation à court terme (exemple : achat de la matière première, paiement du loyer...), 02 demandes pour les prêts à très court terme (jusqu'à 3 mois), utilisé pour la subvention à des besoins de très courte durée (exemple ; paiement des factures). En fin, une seule demande pour les crédits à long terme (jusqu'à 20 ans), utilisés pour l'achat des terrains...

¹³Selon les résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

1.4.5 Les garanties demandées par les banques

Cette question a été adressée à celles qui ont demandé des crédits bancaires (les 20 demandes totales).

	Effectif	Pourcentage
Garanties personnelles	7	35%
Garanties réelles	13	65%
Garanties morales	0	0%
Total	20	100%

Tableau n°06 : représentation des garanties demandées par les banques¹⁴

Commentaires

D'après les réponses à cette question, les femmes ont déclaré que les garanties les plus demandées par leurs banques sont des garanties réelles (quelque soit : le nantissement, l'hypothèque ou les privilèges), aux totales 13 demandes. Ensuite, les banques ont demandé 8 fois des garanties personnelles (le cautionnement, l'aval et les assurances-crédits). On a remarqué l'absence de la demande des garanties morales.

1.4.6 Nombre des entreprises qui ont reçu des crédits bancaires

Cette question a été adressée aux femmes qui ont demandé des crédits auprès de leurs banques, (soit les 12 femmes).

	Effectif	%
Reçu	14	70%
Refus	6	30%
Total des demandes	20	100%

Tableau n°07 : représentation des entreprises qui ont reçu des crédits bancaires¹⁵

Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, sur l'ensemble des 20 demandes effectuées par les 12 entrepreneuses on a 14 acceptations d'accord des crédits contre 6 refus.

¹⁴ Selon les résultats de notre recherche.

¹⁵ Résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

1.4.7 Les causes des refus de financement évoquées par les banques

Cette question a été adressée aux 6 entreprises (celle à qui les banques ont refusé d'accorder des crédits)

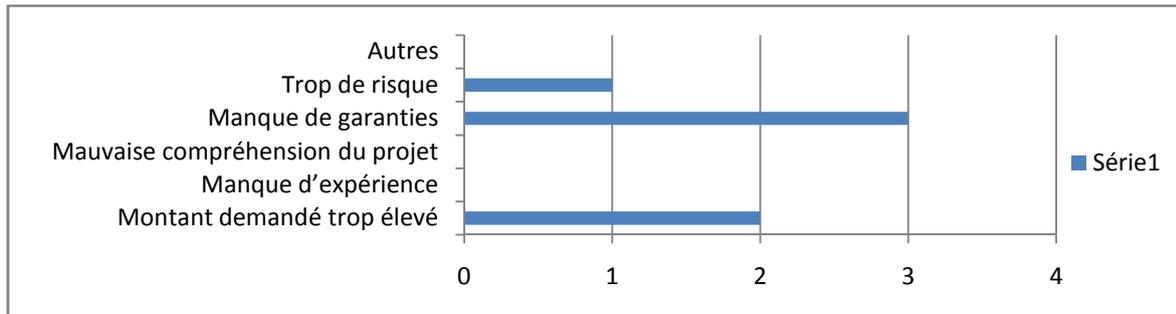


Figure n°09 : représentation des causes de refus de financement évoquées par les banques

Commentaire

D'après les résultats de notre enquête, 03 refus justifiés par la banque par le manque de garanties, 01 refus car c'est trop risqué, et 02 autres refus car le montant demandé est trop élevé.

1.4.8 Les causes de la non-sollicitation des crédits bancaires par certaines femmes

Cette question a été adressée aux 13 entrepreneuses (soit 48 %) qui n'ont jamais demandé un crédit bancaire, nous avons obtenu les résultats suivants

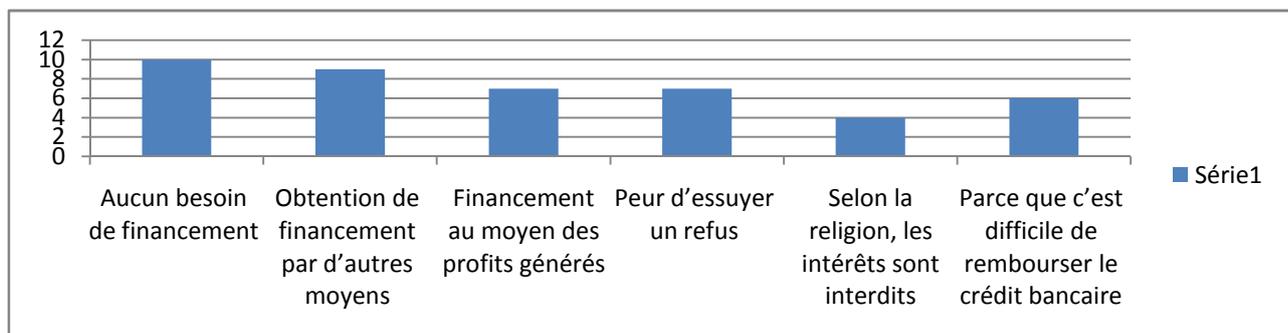


Figure n°10 : représentation des causes du non recours au financement bancaire¹⁶

Commentaires

Selon cette figure, 10 réponses pour la proposition aucun besoin de financement, 09 réponses car elles ont obtenu le financement par d'autres moyens, 07 réponses pour le financement au moyen des profits générés, 07 femmes ont peur d'essayer un refus, 06

¹⁶ Résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

réponses disant que c'est difficile pour elles de rembourser le crédit, enfin pour 04 femmes à qui la religion interdit les intérêts.

1.5 Évaluation du secteur bancaire par les femmes entrepreneuses

1.5.1 Le niveau de satisfaction des entrepreneuses par rapport aux services de financement bancaire

En réponse à la question : « *Dans l'ensemble, quel est votre niveau de satisfaction générale par rapport aux services de financement obtenus de la part de votre banque ?* » Nous avons obtenu les résultats suivants (cette question a été adressée à celles qui ont sollicité un crédit bancaire soit les 12 femmes)

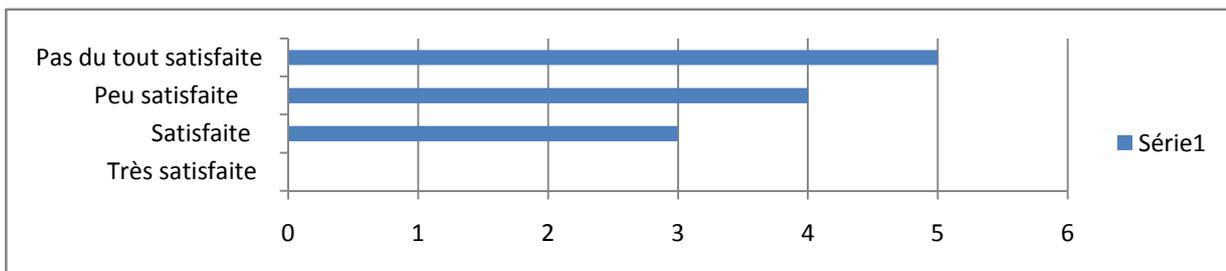


Figure n°11 : représentation du niveau de satisfaction des entrepreneuses par rapport aux services de financement bancaire¹⁷

Commentaires

A travers notre enquête, nous avons constaté que 05 des femmes entrepreneuses ne sont pas du tout satisfaites par rapport aux services de financement bancaire (d'après leurs déclarations cela revient à la lenteur de la procédure administrative, les taux d'intérêt...), 4 femmes qui sont peu satisfaites, 03 entrepreneuses qui sont satisfaites.

1.5.2 L'avis des entrepreneuses sur les coûts des crédits bancaire (taux d'intérêt)

En réponse à la question : « *Que pensez-vous des coûts de l'obtention du crédit bancaire (taux d'intérêt) ?* » Nous avons obtenu les résultats suivants

¹⁷ Selon les résultats de notre recherche.

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

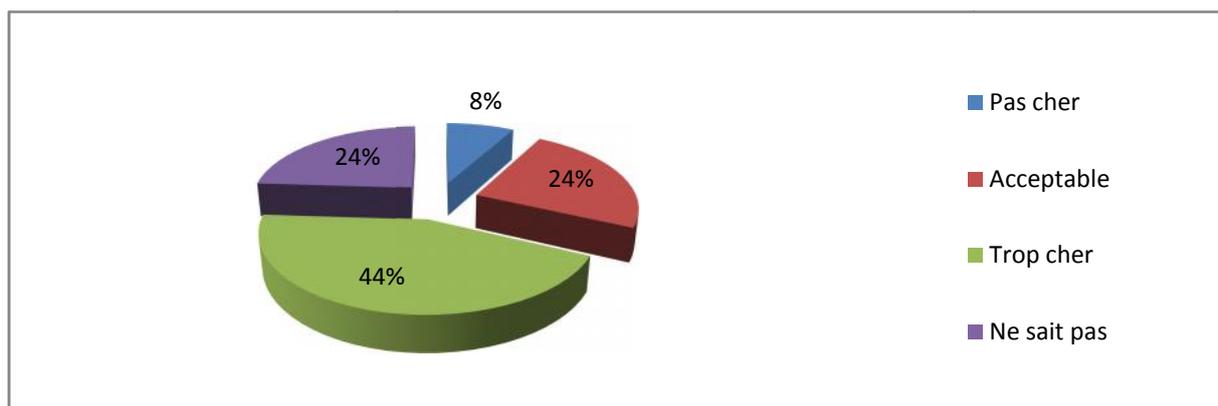


Figure n °12 : représentation de l'avis des entrepreneuses sur les coûts des crédits bancaire

Commentaires

D'après le questionnaire, 44% des femmes interrogées pensent que les crédits bancaires sont trop chers, tandis que 24% pensent que les coûts sont acceptables, 2 entrepreneuses pensent que les coûts des crédits ne s'avèrent pas chers, enfin 6 n'ont pas une idée sur les coûts de financement bancaire.

1.5.3 L'influence de la famille sur la demande des crédits bancaires

En réponse à la question : « est-ce votre famille vous à encouragé à obtenir un financement bancaire? » Nous avons obtenu les résultats suivants

	Effectif	Pourcentage
Oui	04	16%
Non	21	84%
Total	25	100%

Tableau n °08 : représentation de L'influence de la famille sur la demande des crédits¹⁸

Commentaire

D'après les entrepreneuses, seulement 04 d'entre elles ont été encouragé par leurs familles à solliciter un crédit bancaire, les autres ont justifié le refus de leur famille par la peur d'assumer les risques liés a la demande des crédits bancaire.

¹⁸ Résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

1.5.4 L'avis des femmes sur l'existence d'une préférence pour les hommes par rapport aux femmes quant à l'octroi d'un prêt

Cette question a été adressée à l'ensemble des femmes interrogées (soit les 25 entrepreneuses)

	Effectif	Pourcentage
Oui	12	48%
Non	7	28%
Ne sait pas	6	24%
Total	25	100%

Tableau n°09 : représentation de L'avis des femmes sur l'existence d'une préférence pour les hommes par rapport aux femmes quant à l'octroi d'un prêt¹⁹

Commentaires

A travers notre enquête, nous avons constaté que les entrepreneuses pensent que les hommes sont les plus avancés par les banques en ce qui concerne l'octroi des crédits par ces dernières.

1.5.5 Les problèmes des entrepreneuses rencontrés avec leurs banques

En réponse à cette question (à choix multiples) «*Votre entreprise a-t-elle vécu des problèmes particuliers dans ses rapports avec votre la banque ?* » Nous avons obtenu les informations suivantes

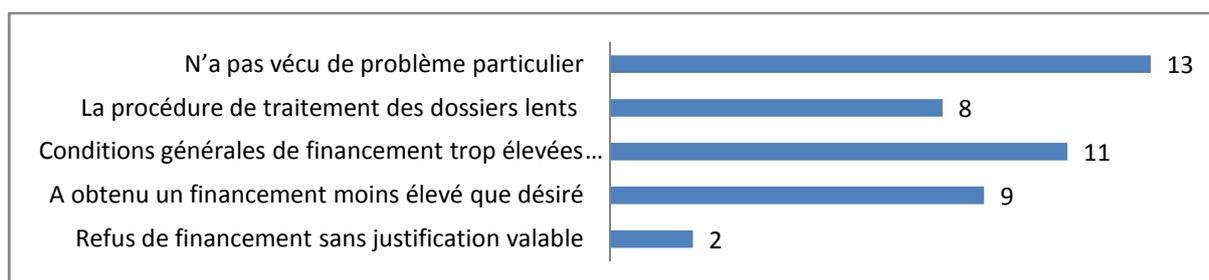


Figure n°13 : représentation des problèmes rencontrés par les entrepreneuses avec leurs banques²⁰

¹⁹Idem

²⁰ Résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

Commentaires

Selon les réponses à cette question, 13 entrepreneuses n'ont pas rencontré des problèmes avec leurs banques, 11 réponses disant que les conditions générales de financement sont trop élevées, 09 entrepreneuses déclarent avoir obtenu un financement moins élevé que désiré, 08 réponses disant que la procédure de traitement des dossiers est lente, en fin 02 réponses disant qu'elles ont eu un refus de financement non justifier ou non valable.

1.5.6 L'existence des programmes ou service bancaire spécial pour les femmes entrepreneuses, (les réponses sont selon les femmes)

Cette question à été adressé a l'ensemble des entrepreneurs 'les 25 femmes'

	Effectif	%
Oui	0	0%
Non	6	24%
Ne sait pas	19	76%
Total	25	100%

Tableau n°10 : représentation de l'avis des femmes sur l'existence des programmes ou service bancaire spécial pour elles²¹

Commentaires

Les résultats de notre enquête, montrent que 76% des enquêtées ont répondu par « *ne sait pas* » concernant l'existence des programmes spéciaux pour les femmes entrepreneuses, cela traduit l'inefficacité des stratégies de publicité utilisée par les banques. 06 femmes ont répondu par « non » à la même question, et aucune réponse qui confirme ou pas l'existence des programmes spéciaux pour les femmes entrepreneuses.

2-l'enquête réalisée auprès des banques

2.1Le nombre des banques interrogées est deux : le « CPA » et la « BADR » les deux banques sont situées au niveau de : LARBAA NATH IRATHEN.

2.2 Les deux banques financent les femmes entrepreneuses depuis la création de leurs banques

²¹ Selon les résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

2.3 Le nombre de leurs clientèles d'affaires

banque	CPA	BADR
clientèle d'affaire masculine	85	70
clientèle d'affaire féminine	20	5
Total	105	80

Tableau n°11 : représentation du nombre de la clientèle des deux banques²²

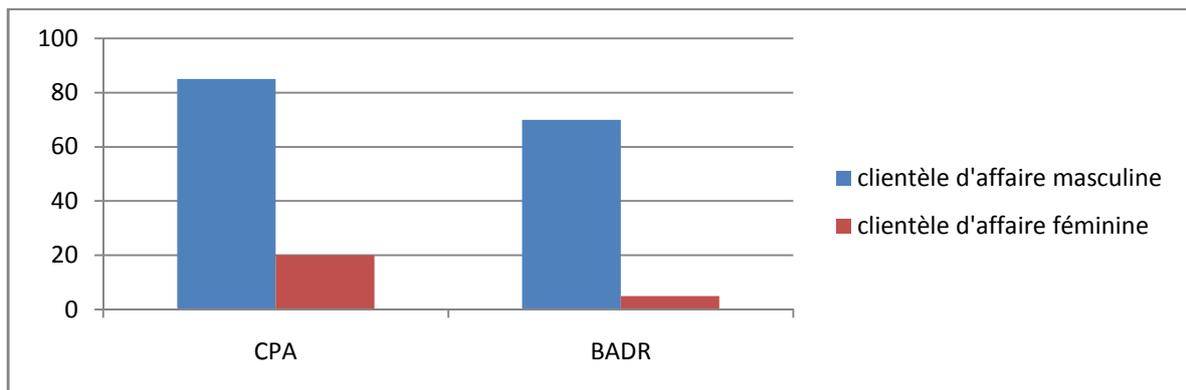


Figure n°14 : représentation du nombre de la clientèle des deux banques

Commentaires

Selon les réponses des deux dirigeants des banques, on remarque que la clientèle d'affaires féminine est inférieure par rapport à leurs clientèles d'affaires masculines.

2.4 Le montant moyen demandé²³

Pour la banque « CPA » : la réponse est selon le coût du projet

La banque « BADR » : sans réponse

2.5 La part des femmes entrepreneuses dans le crédit

banque	pourcentage
CPA	entre 40% et 49%
BADR	moins de 5%

Tableau n°12 : La part des femmes entrepreneuses dans le crédit²⁴

²² Résultats de notre enquête.

²³ Selon les résultats de notre enquête

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, la part des femmes entrepreneuses dans le crédit est déférente dans les deux banques, dans la banque « CPA » la part des femmes entrepreneuse dans le crédit est entre 40% et 49%, tandis que dans la banque « BADR », la part des femmes dans le crédit est inférieure à 5%.

2.6 Le nombre des crédits d'investissement et d'exploitation demandés par la clientèle d'affaires féminine

banque	CPA	BADR
crédit d'investissement	10	5
crédit d'exploitation	3	2

Tableau n°13 : représentation des crédits demandés par les femmes entrepreneuses²⁵

Commentaires

Selon les résultats, on remarque que le nombre des crédits demandés n'est pas important, aussi les crédits les plus demandés sont les crédits d'investissements.

2.7 Les taux d'intérêt appliqués aux crédits d'investissements est d'exploitations par les deux banques

banque	CPA	BADR
crédit d'investissement	6%	5,50%
crédit d'exploitation	8%	8%

Tableau n°14 : représentation des taux d'intérêt appliqués par les deux banques²⁶

Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, les taux d'intérêts appliqué par les banques sont presque les mêmes pour les deux banques.

²⁴Selon les résultats de notre enquête.

²⁵ Idem

²⁶ Idem.

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

2.8 Les garanties demandées aux femmes entrepreneuses

banque	CPA	BADR
garanties demandées	garanties réelles + Garanties personnelles +garanties morales	Garanties réelles

Tableau n°15 : représentation des garanties demandées par les banques²⁷

Commentaires

Selon les réponses des deux dirigeants des deux banques, le « CPA » demande toutes des garanties pour accorder les crédits, la « BADR » demande juste des garanties réelles pour accorder les crédits aux femmes entrepreneuses.

2.9 Les secteurs d'activité les plus financé par les banques

banque	CPA	BADR
Agriculture	6	1
Services	3	4
Commerce	2	3
Artisanat	5	2
Profession libérale	4	5
Industrie	1	6

Tableau n° 16: représentation des secteurs d'activité les plus financée par les banque (classées selon le degré d'importance)²⁸

Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, Les secteurs d'activité les plus financés par les banques : pour la « CPA » : l'industrie, commerce, services ... pour la banque « BADR » : agriculture, artisanat, commerce.

²⁷Selon les résultats de notre enquête.

²⁸ Idem.

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

2.10 Le pourcentage moyen d'acceptation de financement des projets entrepreneuriaux

Banque	CPA	BADR
pourcentage	entre 50% et 70%	inférieur à 10% des projets

Tableau n°17 : représentation du pourcentage d'acceptation des projets entrepreneuriaux²⁹

Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, le pourcentage d'acceptation des projets entrepreneuriaux est entre 50% et 70% pour la banque « CPA », mais il est inférieur à 10% des projets en ce qui concerne la banque « BADR ».

2.11 Le taux d'acceptation et de refus des demandes de financement émanant des femmes entrepreneuses

Banque	CPA	BADR
% d'acceptation	80%	90%
% des refus	20%	10%

Tableau n°18 : représentation du pourcentage des demandes accepté et refusé par les deux banques³⁰

Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, la banque « CPA » accepte de financer 80% des projets émanant des femmes entrepreneuses, la banque « BADR » accepte de financer 90 % de ces projets.

2.12 Les motifs les plus avancés par les deux banques pour rejeter les demandes de financement fait par les femmes entrepreneuses

²⁹ Idem.

³⁰ Résultat de notre enquête.

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

banque	CPA	BADR
Montant demandé trop élevé	2	
Mauvaise compréhension du projet		
Investissement risqué	3	2
Manque de garanties	1	1
Manque d'expérience		
autre		3

Tableau n°19 : représentation des motifs avancés par les deux banques pour rejeter les demandes de financement (classé de 1 à 3)³¹

Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, le premier motif avancé par les deux banques pour rejeter les demandes de financement des femmes entrepreneuses et le manque de garanties, le deuxième motif est : le montant trop élevé pour la banque « CPA » et investissement jugé risqué pour la banque « BADR ».

2.13 Le degré d'importance des entreprises féminines pour les deux banques

Selon les résultats de notre enquête, les entreprises féminines sont considérées importantes pour la banque « BADR », mais elles ne sont pas importantes pour la banque « CPA ».

2.14 Les défaillances de remboursements rencontrés par les deux banques

banque	banque « BADR »		banque « CPA »	
	clientèle féminine	clientèle masculine	clientèle féminine	clientèle masculine
problèmes de défaillance	1	46	1	22
pas de problèmes de défaillance	19	24	4	47

Tableau n°20 : représentation des défaillances de remboursements rencontrés par les deux banques³²

³¹ Résultats de notre enquête.

³² Idem

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

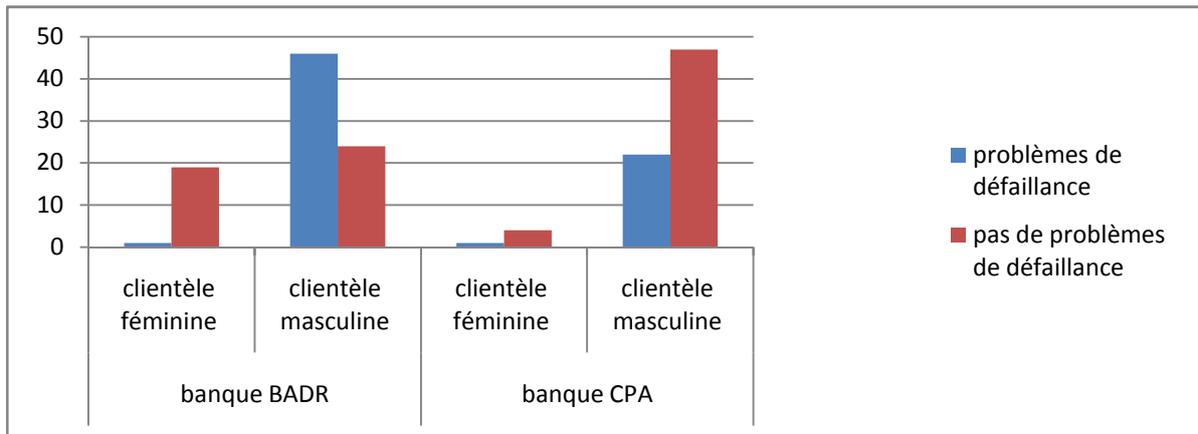


Figure n°15 : représentation des défaillances de remboursements rencontrés par les deux banques

Commentaires

Selon les résultats de notre enquête, on remarque que les femmes sont plus solvables par rapport à leurs homologues masculins car les deux banques ont rencontré un seul problème avec les femmes entrepreneuses.

2.15 Les approches ou les services (ou produits) spécifiques aux femmes développés par les banques

Selon les résultats apportés par notre enquête, les deux banques n'ont pas développé aucun produit ou services au profit des femmes entrepreneuses.

2.16 Les caractéristiques entrepreneuriales

Selon les résultats de notre enquête, Les deux banques pensent que les femmes entrepreneuses n'ont pas des caractéristiques entrepreneuriales spécifiques des hommes.

Justification des choix

➤ Banque « CPA »

“Notre optique est de financer un producteur qu'il soit un homme ou une femme pour peu qu'il envisage un projet rentable et porteur de fruit et d'une valeur ajoutée“

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

➤ Banque « BADR »

“Quand on fait l’analyse d’une demande de financement, cette analyse se fait sur la base de critère économique et non en genre”

3- synthèse des enquêtes

3.1 L’enquête réalisée auprès des femmes entrepreneuses

Pour pouvoir répondre à notre problématique portant sur la contribution des banques au financement des femmes entrepreneuses, nous avons établi un questionnaire aléatoire comportant 25 questions réalisées auprès de vingt cinq (25) femmes entrepreneuses situées dans les régions suivantes : Larbàa Nath Irathen, Tizi Rachad et Tizi-Ouzou, l’objectif du questionnaire consiste à voir si les femmes entrepreneuses se rapprochent-elles des banques ou non, et de déterminer le degré d’importance du service crédits par les femmes entrepreneuses.

Comme première démarche on a déterminé le profil des entrepreneuses, à savoir leurs âges ce qui nous a permis de remarquer que l’âge le plus présent dans notre échantillon est de 31 à 40 ans, ensuite leurs niveaux d’instruction et d’après les résultats du questionnaire la plupart des femmes sont instruites. A travers les réponses à la troisième question, on a déterminé si les femmes ont exercé une activité avant cette lancée dans la création de leurs propres entreprises, pour cela la plupart des femmes (17 femmes) ont déjà travaillé avant quelque soit dans le secteur privé ou public. Enfin, les situations qui ont poussé les femmes à cette lancée dans l’entrepreneuriat, sont diverses à savoir : le besoin d’autonomie professionnelle, le chômage, travail insatisfait...

Dans la deuxième catégorie des questions on a déterminé les profils des entreprises créées, selon les résultats, la plupart des entreprises enquêtées sont des très petites entreprises. Pour les secteurs d’activité des entreprises, d’après les résultats on a obtenu plusieurs secteurs, principalement les services. Les difficultés rencontrées par les femmes entrepreneuses, d’après les réponses des entrepreneuses, on a constaté qu’elles ont vécu plusieurs types des problèmes, à savoir : des contraintes administratives, des problèmes liés à la difficulté d’acquies des sources de financement, des problèmes liés au foncier industriel...

Dans la troisième catégorie des questions, on a choisi de poser des questions dans l’objectif de déterminer les sources financières utilisées au démarrage des entreprises, les

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

réponses sont comme suite : 10 femmes ont démarré leurs activités à partir d'une épargne personnelle, 07 femmes ont fait appel aux organismes de soutien (dont 01 a fait appel à l'ANDI, 4 à l'ANSEJ et 02 au CNAC).

Afin de déterminer si les entreprises se rapprochent-elles des banques ou non, d'après les résultats de notre enquête ; 12 femmes ont demandé au total 20 crédits. En ce qui concerne la durée des crédits demandés, les plus demandés sont les crédits à moyen terme, suivi des crédits à court terme. Les garanties demandées par les banques, les banques choisissent de demander des garanties réelles. Les nombres des crédits reçus sont 14 crédits.

Pour les causes des six (6) refus de financement évoqués par les banques, il y a eu différentes causes à savoir : le manque de garanties, trop risqué, et montant trop élevé. Pour les treize(13) autres femmes qui n'ont pas demandé les crédits bancaires il ya eu différentes réponses (à choix multiples) dont les plus répondu sont : aucun besoin de financement, obtention des financements par d'autres moyens, financement au moyen des profits générés...

Afin de déterminer l'évaluation du secteur bancaire par les entreprises enquêtées, la plupart des entreprises qui ont sollicité leurs banques pour les crédits bancaires, leur niveau de satisfaction par rapport aux services de financement est faible, les entrepreneuses ont constaté que les taux d'intérêt sont chers, la majorité des entrepreneuses ne sont pas encouragées par leurs familles à obtenir un financement bancaire. Selon les femmes enquêtées la majorité d'entre elles n'ont pas des problèmes avec leurs banques. Pour les programmes spéciaux aux femmes la majorité des femmes enquêtées ignorent l'existence.

Pour conclure notre enquête, la majorité des entreprises sont les très petites entreprises, donc elles n'expriment pas des besoins importants de financement, quoique certaines aient fait appel à crédits bancaires, mais elles restent prudentes vis-à-vis du secteur bancaire.

3.2 L'enquête réalisée auprès des banques

Dans l'objectif de répondre à notre problématique, qui est la suivante : *'Quels sont les principales caractéristiques de ces femmes entrepreneuses qui peuvent constituer des avantages et rendre plus favorables les banques à l'égard de leurs financements ?'* On a élaboré ce deuxième questionnaire pour extraire le degré d'importance et d'accompagnement des entreprises féminines par les banques. Pour cela, on a interrogé les deux banques suivantes : la banque « CPA » et la banque « BADR », les deux situées au niveau de LARBAA NATH IRATHEN.

Selon les réponses des dirigeants des deux banques, le nombre de leurs clientèles d'affaires féminines est trois fois inférieur par rapport à la clientèle masculine dans la banque « CPA », et elle est inférieure plus de dix fois toujours par rapport à la clientèle masculine dans la banque « BADR ».

Le montant moyen demandé est sans réponse pour la banque « BADR », et il est selon le coût du projet dans la banque « CPA », pour la part des femmes entrepreneuses dans le crédit; il est entre 40% et 49% dans la banque « CPA », et il est inférieur à 5% dans la « BADR ».

En ce qui concerne le nombre des crédits d'investissement et d'exploitation demandés par la clientèle d'affaires féminine, les femmes entrepreneuses situées dans les deux banques n'ont pas une demande importante des crédits d'investissements et d'exploitations. (La banque « CPA » 10 demandes pour les crédits d'investissements et 03 demandes pour les crédits d'exploitations dans la banque « BADR » 05 demandes pour les crédits d'investissements et 02 demandes pour les crédits d'exploitations. Les taux d'intérêt appliqués à ces crédits sont : 8 % pour les crédits d'exploitations dans les deux banques et pour les crédits d'investissements sont de 5% dans la banque « CPA » et 5.5% dans la banque « BADR ».

Pour ce qui est des garanties demander pour les femmes entrepreneuses par les banques pour leur accorder les crédits, le « CPA » demande toutes les garanties, la « BADR » se contente de demander des garanties réelles pour accorder les crédits aux femmes entrepreneuses.

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

Les secteurs d'activité les plus financés par les banques pour la « CPA » : l'industrie, commerce, services ... pour la banque « BADR » : agriculture, artisanat, commerce. Le pourcentage d'acceptation des projets entrepreneuriaux est entre 50% et 70% dans la banque « CPA », il est inférieur à 10% des projets dans la banque « BADR ». Pour le taux d'acceptation des demandes émanant des femmes entrepreneuses ; la banque « CPA » accepte de financer 80% des projets, la banque « BADR » accepte de financer 90 % de ces projets.

Le motif le plus avancé par les deux banques pour rejeter les demandes de financement fait par les femmes entrepreneuses et en principale le manque de garanties, les entreprises féminines sont considérées importantes pour la banque « BADR », mais elles ne sont pas importantes pour la banque « CPA ». Les femmes entrepreneuses sont les plus solvables dans les deux banques. Les deux banques n'ont pas développé aucun service ou produit spécifiques aux femmes entrepreneuses. Et d'après aux aussi, les femmes entrepreneuses n'ont pas des caractéristiques entrepreneuriales spécifiques des hommes.

Chapitre III Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses

Conclusion du chapitre

Les résultats de l'enquête montrent que les entreprises enquêtées sont des très petites entreprises, c'est des entreprises jeunes, performante puisque la plupart des créatrices de ces entreprises sont instruites. Et elles investissent moins et se financent essentiellement avec leurs propres ressources. L'enquête révèle que les entreprises rencontrent plusieurs problèmes ; financiers relatifs au manque de ressources propres et à l'accès aux sources externes, des contraintes administratives, le manque de main d'œuvre...

Les résultats de notre enquête montrent aussi que les femmes entrepreneuses se rapprochent des banques, et elles demandent principalement les crédits à moyen terme, certaines demandes sont rejetées par les banques, le motif le plus répété et le manque de garanties. La plupart des femmes constatent que les coûts de l'obtention du crédit bancaire sont chers, et d'autres ne demandent pas les crédits bancaires pour plusieurs raisons ; soit elles n'ont pas besoin, ou parce qu'elles ont obtenu le financement pas d'autres moyens, ou encore celles à qui la religion interdit les intérêts.

D'après les résultats de la deuxième enquête (réalisée auprès des banques), on constate que le nombre des entreprises féminines cliente dans les deux banques et inférieur par rapport aux clients masculins, pour la demande des crédits ces femmes entrepreneuses situées dans les deux banques, elles n'ont pas une demande importante des crédits d'investissements et d'exploitations. Le motif avancé par les deux banques pour rejeter les demandes de financement émanant des femmes entrepreneuses est en principale le manque de garanties.

Conclusion générale

Conclusion générale

Les banques sont des acteurs majeurs des économies contemporaines ; partenaire habituel des entreprises notamment les entreprises féminines, et des particuliers, dont leur rôle principal est la gestion de la liquidité entre offreurs et demandeurs de capitaux en se dotant des instruments de paiements (chèque, virement, effet de commerce, carte bancaire, ...), et l'offre de services aux clients.

Contrairement à l'émission d'actions et aux autres financements externes, le financement bancaire offre aux entreprises l'avantage de garder le contrôle et leur indépendance. Selon la théorie du financement hiérarchique, les entreprises préfèrent le crédit bancaire aux autres sources de financement externes puisque celui-ci « *permet au chef d'entreprise de conserver son autonomie de gestion et de décision, ce que n'autorise ni l'émission de titres hybrides, ni l'augmentation de capital qui sont sources de transfert de richesses et de pouvoir vers les nouveaux financiers qui, contrairement à la banque, sont des insiders* ». ¹

L'entrepreneuriat féminin est un phénomène nouveau qui est considéré comme un instrument clé permettant d'améliorer la compétitivité entre les nations, de favoriser la croissance économique et d'accroître les possibilités d'emploi. 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.

Les entreprises détenues par des femmes constituent une part importante et croissante des entreprises dans les pays développés ainsi que dans de nombreux pays en développement et d'économies en transition. Malgré cette croissance rapide des entreprises féminines, le démarrage et le développement des entreprises dirigées par des femmes sont encore souvent freinés par des difficultés à obtenir un financement à différentes phases du cycle de vie de l'entreprise. Les difficultés spécifiques que peuvent rencontrer les femmes se situent au niveau de l'accès à l'information, car elles n'ont pas accès au réseau d'informations et d'influence que les hommes et elles sont rarement présentes aux postes de commande et de décision économiques. C'est une difficulté, un frein qui est régulièrement exprimé par les femmes entrepreneuses.

¹ Belatante.B, Levratto.N, « diversité économique et modes de financement des PME », éd l'Harmattan, Paris, 2001.

Conclusion générale

L'entreprenariat féminin est un élément-clé pour le renforcement de l'autonomie économique de la femme et la promotion du genre dans les pays en développement et principalement l'Algérie. En effet, certaines limites persistantes sont handicapantes. Cependant, un tissu entrepreneurial féminin et performant pourrait émerger via un meilleur dialogue sur la promotion d'une politique du genre et sur la nécessité de promouvoir le rôle économique des femmes pour accélérer le développement économique.

L'accès à un financement suffisant est primordial pour assurer la longévité de chaque entreprise, et les femmes entrepreneuses rencontrent davantage de difficultés pour accéder aux ressources financières. Elles sont donc plus nombreuses à se tourner vers le secteur des services et de création des entreprises de petite taille, qui demande moins de capital et qui sont créés essentiellement par leurs épargnes personnelles, C'est ce qui affirme la première hypothèse. Donc ces femmes font moins recours aux crédits bancaires pour plusieurs raisons : en premier lieu la cause évoquée précédemment leurs entreprises sont des entreprises de petite taille, par suite leurs projets sont jugé 'non bancaire'. Une autre raison du non-recours des femmes aux banques on a l'existence des dispositifs publics d'aide à la création d'entreprises (ANSEJ, ANGEM, CNAC) qui sont importants pour appuyer la création d'entreprise, susciter l'entreprenariat en Algérie. Donc ces femmes ont tendance à minimiser le taux de croissance de leur entreprise afin d'éviter de demander le financement, en cas de besoin elles utilisent d'autres ressources notamment leurs profits générés par leurs activités.

De coté des banques on a constaté qu'en matière de nombre de clientèles d'affaires féminines le chiffre est très faible si on l'on compare aux clients masculins, cela est expliqué par plusieurs facteurs ; la taille des entreprises féminines sont des TPE, donc elles demandent des crédits d'une valeur faible, et pour garantir la qualité des prêts sont chers (contrôle du crédit, évaluation du projet financier et garantie). Ces techniques sont inadaptées au TPE : l'évaluation du projet est chère et les TPE ne tiennent pas une comptabilité fiable qui permette de tirer des conclusions sur la bonne marche du projet ; elles n'ont pas non plus d'histoire de crédit avec les banques qui permettent d'établir un rating de crédit, et bien sûr, elles n'ont pas de biens commercialisables à mettre en gage.

Conclusion générale

En réponse à notre problématique : les points fort que présentent les entreprises féminines, on trouve principalement; la nouveauté et la rentabilité du secteur, la performance des femmes entrepreneuses, le sérieux et la solvabilité qui caractérisent les femmes entrepreneuses. Même si les femmes ont moins de garanties à présenter aux banques pour obtenir les financements de leurs entreprises, mais elles sont les plus solvables par rapport à leurs homologues masculins, c'est ce qui va pousser les banques à accorder une grande importance à cette clientèle solvable, rentable et surtout compétente.

Nous pensons que notre travail a contribué, en partie, à comprendre certains points relatifs au financement des entreprises dirigées par les femmes, à leurs caractéristiques, leurs motivations, ainsi qu'à leurs relations avec les banques.... Néanmoins, comme tout autre travail de recherche, force est de reconnaître que notre étude présente deux principales limites. D'une part, la taille réduite des deux échantillons, ne nous permet pas de généraliser les résultats sur l'ensemble de la population étudiée. D'autre part, en raison du manque des données financières des entreprises enquêtées, certains points restent en suspens, tels que l'influence de la rentabilité de l'entreprise sur son financement, la structure financière de l'entreprise féminine. Ces limites demandent des approfondissements et peuvent constituer des perspectives à d'autres recherches ultérieures.

Bibliographie

Ouvrages

1. **AUGROS Jean Claude et Michel Queruel**, « Risque de taux d'intérêt et gestion bancaire » Edition Economica, Paris 2000.
2. **BELATANTE.B, LEVRATTO.N**, « diversité économique et modes de financement des PME », éd l'Harmattan, Paris, 2001
3. **BERNARD Yves, Jean Claude COLI**, « dictionnaire économique et financier », seuil, Paris, 1996
4. **BOUYACOUB F**, « L'entreprise et le financement bancaire » ; Edition Casbah .Alger, 2003
5. **BOUYACOUB F**, « L'entreprise et le financement bancaire », casbah éditions, Alger, 2000
6. **BRASSEUR Martine**, « Entrepreneuriat et insertion », Ed. Bruylant, 2010.
7. **BRESSAY Gilles, CHLISTION Konkuyt** ; « Economie d'entreprise ; édition : 7 de DALLOZ ; France, 2004
8. **CALVET Henri**, « établissement de crédit : appréciation, évaluation et méthodologie de l'analyse financière » Edition Economica, Paris, 1997.
9. **CAPRON Henri**, « Entrepreneuriat et création d'entreprises, facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise », Editions De Boeck Université, 2009.
10. **CHAINEL A**, « La banque et l'entreprise : les techniques actuelles de financement », édition la revue banque, 1989.
11. **DE COUSSERGUES Sylvie**, « Gestion de la Banque : Du diagnostic à la stratégie », 4ème édition DUNOD, Paris, 2005.
12. **DE COUSSERGUES Sylvie**, « la banque ; structure, marché, gestion », Dalloz, Paris, 1996
13. **Fayolle A**, « Introduction à l'Entrepreneuriat ». Edition Dunod, France, 1996.
14. **HADJ SADEK Taher**, « les risques de l'entreprise et de la banque » Edition Dahlab, Alger 2007
15. **HAMDI K**, « Analyse des projets et leurs financements », Edition .Es- Salem, Alger
16. **LAKHLEF Brahim**, « création et gestion d'entreprise », Edition Alger, 2009
17. **MANCHON Ric**, « Analyse bancaire de l'entreprise », 5ème édition, ECONOMICA, Paris.
18. **MIKDASHI Z**, « les banques à l'ère de la mondialisation », éd. ECONOMICA, paris1998
19. **PATAT J-P**, « monnaie, institution financière et politique monétaire ». Economica, Paris, 1993
20. **ROUACH MICHEL et GERARD NAULLEAU**, « le contrôle de gestion bancaire et gestion financière » 3^{ème} édition, Revue banque éditeur, Paris, 1998.
21. **SADEG A**, « Le Système bancaire algérien: la réglementation relative aux banques et établissements financiers, » Alger, 2005

Articles et Revues

1. **ARASTI Zahra**, « L'entrepreneuriat féminin en Iran : les structures socioculturelles » in, revue libanaise de gestion et d'économie, vol.1, 2008.
2. **BACCARI E.**; « Les motivations entrepreneuriales des jeunes entrepreneurs tunisiens, 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME », Suisse, Octobre 2006
3. **BATES T**, « L'accès restreint aux marchés caractérise les entreprises appartenant à des femmes », Journal of Business Venturing, volume 17, numéro 4, juillet 2002
4. **BAYAD M.; BOUGHATTAS Y.; SCHMITT C.**, « Le métier de l'entrepreneur : le processus d'acquisition de compétences, huitième congrès international en Entrepreneuriat et PME », Suisse, Octobre 2006.
5. **BENGHARBIT-REMAOUN Nouria, RAHOU Yamina**, « Itinéraire de femmes entrepreneurs en Algérie : cas d'Oran », colloque international création d'entreprise et territoire »Tamanrasset, 03 et 04 décembre 2006.
6. **BENGHARBIT-REMAOUN Nouria, RAHOU Yamina**, « Atouts et difficultés de l'entrepreneuriat féminin : analyse d'enquêtes » Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie: Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger le 31/03/2008.
7. **BIT**, 2016, Promotion et développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie et au Maroc, http://www.ilo.org/addisababa/about-us/offices/algiers/WCMS_442886/lang--fr/index.htm.
8. **BOUTALEB K. et BOUALALI A.**: « L'activité féminine en Algérie: réalités et perspectives » dans Colloque International sur le Marché du Travail et Genre dans les Pays du Maghreb: Spécificités, Points communs et synergies avec l'Europe (Rabat, 2003)
9. **CARTER S, ANDERSON S ET SHAW E**, « La propriété des entreprises par les femmes: une revue du monde académique, Littérature populaire et Internet ». Rapport du Service des petites entreprises, août 2001.
10. **CHAKIR A**, « Pédagogie Entrepreneuriale : un levier pour le développement des compétences entrepreneuriales ». Rapport pour l'équipe de recherche en entrepreneuriat et de PME (EREPME), Maroc, 2006.
11. **CHAKROUN MARZOUKI Wafa**, « Dynamique entrepreneuriale féminine et son accompagnement: cas de la Tunisie » université de Sousse –master en entrepreneuriat, 2007

Bibliographie

12. **CLARK, T. ET JAMES, F.J.**, « Entreprises appartenant à des femmes: dimensions et enjeux politiques ». *Économique Development Quarterly*, 1992.
13. **CNES, 2007**, Rapport National sur le développement humain : Algérie 2006, Réalisé en coopération avec le Programme des Nations Unies pour le développement, Algérie.
14. Évaluation nationale du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie étude faite par L'Organisation Internationale du Travail (OIT)
15. **FABERS P.**, « Les Motivations du chercheur Entreprenant in T. Verstrete, la création d'entreprise par les chercheurs publics, » Rapport pour le centre national de la recherche scientifique ; France, Janvier 2003
16. **GENEVIEVE Bel**, « l'entrepreneuriat au féminin » république française avis et rapports du conseil économique, social et environnemental.
17. **HP VIER MACHADO, FA PRADO JIMENEZ, V. GOMEZ, C. PELLISSON, LA ALIGELERI, LM ALIGELERI**, «Comportement Managérial: une étude brésilienne», *Management International*, Vol 7, N ° 1, Automne, HEC, Montréal 2002.
18. **KOREEN Miriam**, Deuxième Conférence de l'OCDE sur « LES FEMMES ENTREPRENEURS À LA TÊTE DE PME : pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir » Paris, France 29-30 novembre 2000.
19. **LAMBRECHT Johan et Fabrice PIRNAY**, « entrepreneuriat féminin en Wallonie » Centre de Recherche PME et d'Entrepreneuriat Université de Liège Centre d'Etudes pour l'Entrepreneuriat EHSAL - K.U. Brussel, Septembre 2003.
20. **LATOUCHE Christain**, « L'OBSERVATOIRE FIDUCIAL de L'entrepreneuriat Féminin », 2006
21. **LAVOIE D.**, « Les entrepreneures : pour une économie canadienne renouvelée ». Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme, Ottawa 1988.
22. **LEGARE M. H., L. ST- CYR**, « Portrait statistique des femmes entrepreneures », HEC, Canada 2000.
23. **LEGHIMA A., MEGUELTI S.**, Le profil de l'entrepreneur comme facteur de succès des entreprises nouvellement créées, Colloque International : « Création d'entreprises et territoires » Tamanrasset : 03 et 04 Décembre 2006.
24. **MEBTOUL A.**, « Quelle place pour l'entrepreneuriat féminin en Algérie » ? <http://www.algeria.com/forums/womens-corner/28201-quelle-place-pour-lentrepreneuriatf% E9minin-en-alg% E9rie.html>
25. **MERZOUK Farida**, « PME et compétitivité en Algérie », Université de Bouira.

Bibliographie

26. **OECD**, 2005, Promoting Women's Entrepreneurship in the MENA Région: Background Report and Policy Considerations,). <http://www.oecd.org/dataoecd/56/17/36086903.pdf>.
27. Rapport de la stratégie de l'OCDE pour l'emploi, Stimuler l'esprit d'entreprise, 1998
28. **PETTY ET GHEE**, « Analyse du crédit: une enquête montre que les prêteurs perçoivent l'équilibre des prêteurs au cours des deux dernières décennies », rapport sur les prêts commerciaux, 1993.
29. **SCHUMPETER J. A.**, « La théorie d'économie et de développement » .Oxford University Press 1974, London.
30. **SIOMY M.**, Développement des compétences des leaders en promotion de la culture entrepreneuriale et entrepreneuriat, Thèse de Doctorat, Université Laval, Canada, 2007.
31. **TAYA Yasmina**, « Intervention de madame TAYA Yasmina : Présidente de l'association SEVE (avoir et Vouloir Entreprendre) » Colloque international sur l'Emergence des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat en Algérie : Opportunités contraintes et perspectives, Hôtel Hilton, Alger le 31/03/2008
32. **ZOUITEN J, LEVY TADJINE T.**, « Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement entrepreneurial spécifique », IVème Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris 24-25 Novembre.2005.

Mémoires et thèses

1. **BELLETRÉ I.**, « Les choix de financement des très petites entreprises », Thèse pour obtenir le grade de Docteur en sciences économiques, Université LILLE 02, 09 décembre 2010
2. **BERRFAS Imene**, Mémoire de Magister en Economie Sociale & Développement Economique, « La réalité de l'entrepreneuriat féminin en Algérie », Université Stambouli de Mascara, 2016.
3. **BOUGHANEM Farida**, « L'entrepreneuriat féminin et son accompagnement : Cas de l'accompagnement par l'ANSEJ des femmes entrepreneures de la wilaya de Tizi-Ouzou », Mémoire de Magister en Sciences Economiques, Université Mouloud Mammeri De Tizi-Ouzou.
4. **CHABOUR Nadia**, « l'entrepreneuriat féminin en Algérie 'cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaïa' » Mémoire en vue de l'obtention du Diplôme de Master Option : Management économique des territoires et entrepreneuriat, Université Abderrahmane MIRA-Bejaïa, 2003.

Bibliographie

5. **DIF A**, « L'entrepreneuriat féminin, cas de la wilaya d'Oran », mémoire de magister en sciences commerciales, université d'Oran, 2010.
6. **HESSAS Toufik**, « L'entrepreneuriat : Les déterminants de création d'entreprise Cas de la commune de 'Bordj Menaïel' », Mémoire En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales-Université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou, 2018
7. **KOUNTA S.A**, « caractéristiques de l'entrepreneurship féminin au Mali » ; mémoire en vue de l'obtention de titre Maîtrise en gestion des organisations, Chicoutimi. MALI. 1997.
8. **LEFEBVRE Ondine** « le financement bancaire des femmes entrepreneures », Mémoire de fin d'études - Université Catholique de LYON – ESDES, 2012
9. **MAMOUDHOUSSEN Sandra**, « l'accès au financement des femmes entrepreneures au Québec » mémoire en vue de l'obtention du grand maître ès science (M. Sc), école des hautes études commerciales affiliée à l'université de Montréal, 1997
10. **MOULOUD A**, « La problématique de la promotion de l'entrepreneuriat socioéconomique de l'environnement local en Algérie », Mémoire de Magister en sciences économiques, Université Abderrahmane MIRA, Bejaia, 2010
11. **RACHDI Fatima Ezzahra**: « l'entrepreneuriat féminin au Maroc : une approche par le réseau personnel », THÈSE Pour l'obtention du Doctorat en Sciences de Gestion, groupe institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises Centre des Etudes Doctorales en Gestion Laboratoire de Recherche en Management (LAREM), 2016.
12. **RAVONJLARISON C. G.**, « Microcrédit et entrepreneuriat dans un contexte de survie » ; Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Madagascar, 2006.

Journal Officiel

1. Article 5 de la loi 01-18 du 12 décembre 2001, portant à l'orientation sur la promotion de la PME
2. Article 6 de la loi 01-18 du 12 décembre 2001, portant a moi d'orientation sur la promotion de la PME
3. Article 564 du code de commerce algérien, 2007.
4. Article 592 du code de commerce algérien, 2007.
5. Article 4 de l'ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit
6. JORA, règlement 86-12 du 20 août 1986 portant sur le système bancaire
7. JORA, règlement 90-10 du 14 avril 1990
8. Loi du 01-18 du 12 décembre 2001, portant à l'orientation sur la promotion de la PME

Bibliographie

9. Code civil algérien, 2007.
10. Loi du 12 janvier 1988, article 2.
11. Règlement n° 2002-03 du 14 Novembre portant sur le contrôle interne des banques et établissements financiers.

Sites internet

1. <http://www.ons.dz>
2. <http://www.ocde.org>
3. <https://www.sevedz.com/prsentation>
4. <http://ame.dz/page.php?type=presentation>
5. <https://www.euromedwomen.foundation/pg/fr/profile/samirahadjdilani>
6. www.bank-of-algeria.dz
7. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Entreprise>

Liste des tableaux

Liste des tableaux

Chapitre 02	pages
Tableau n° 1 : Synthèses des caractéristiques et qualités d'entrepreneur	47
Chapitre 03	pages
Tableau n°01 : répartition des entrepreneuses selon l'âge	86
Tableau n°02 : répartition des différents dispositifs de soutien	91
Tableau n°03 : représentation de la détention des comptes bancaire par les entrepreneuses	91
Tableau n°04 : représentation de la demande des crédits bancaire	92
Tableau n° 05: représentation de la durée des crédits demandés	93
Tableau n°06 : représentation des garanties demandées par les banques	94
Tableau n°07 : représentation des entreprises qui ont reçu des crédits bancaires	94
Tableau n°08 : représentation de L'influence de la famille sur la demande des crédits	97
Tableau n°09 : représentation de L'avis des femmes sur l'existence d'une préférence pour les hommes par rapport aux femmes quant à l'octroi d'un prêt	98
Tableau n°10 : représentation de l'avis des femmes sur l'existence des programmes ou service bancaire spécial pour elles	99
Tableau n°11 : représentation du nombre de la clientèle des deux banques	100
Tableau n°12 : La part des femmes entrepreneuses dans le crédit	100
Tableau n°13 : représentation des crédits demandés par les femmes entrepreneuses	101
Tableau n°14 : représentation des taux d'intérêt appliqués par les deux banques	101
Tableau n° 16: représentation des secteurs d'activités les plus financé par les banque	102
Tableau n°17 : représentation du pourcentage d'acceptation des projets entrepreneuriaux	103
Tableau n°18 : représentation du pourcentage des demandes accepté et refusé par les deux banques	103
Tableau n°19 : représentation des motifs avancés par les deux banques pour rejeter les demandes de financement	104
Tableau n°20 : représentation des défaillances de remboursements rencontrés par les deux banques	104

Liste des figures

Liste des figures

Liste des figures

Chapitre 02	Pages
Figure n°01 : représentation de la population occupée en Algérie	72
Figure n°02 : répartition de la population occupée selon la situation 'employeurs-indépendants	75
Chapitre 03	pages
Figure n°01 : représentation des entrepreneuses selon leur niveau d'instruction	87
Figure n°02 : représentation des entrepreneuses selon leur : la situation professionnelle	87
Figure n°03 : Les situations qui ont déclenché le processus de création d'entreprise	88
Figure n°04 : représentation des entreprises selon le type	89
Figure n°05 : Répartition des entreprises selon les Secteurs d'activité	90
Figure n°6 : les contraintes rencontrées lors de la création de l'entreprise	90
Figure n° 07 : La provenance du capital de départ de l'entreprise	90
Figure n°08 : nombre des crédits demandés par les entrepreneuses	92
Figure n°09 : représentation des causes de refus de financement évoquées par les banques	95
Figure n°10 : représentation des causes du non recours au financement bancaire	95
Figure n°11 : représentation du niveau de satisfaction des entrepreneuses par rapport aux services de financement bancaire	96
Figure n°12 : représentation de l'avis des entrepreneuses sur les coûts des crédits bancaire	97
Figure n°13 : représentation des problèmes rencontrés par les entrepreneuses avec leurs banques	98
Figure n°14 : représentation du nombre de la clientèle des deux banques	100
Figure n°15 : représentation des défaillances de remboursements rencontrés par les deux banques	99

Liste des abréviations

Liste des Abréviations

AFEV	Association des Femmes en Economie Verte
AME	Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises
ANDI	Agence Nationale de Développement des Investissements.
ANSEJ	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes.
BA	Banque d'Algérie
BADR	La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
BFR	Besoin en Fonds de Roulement
BNA	La Banque Nationale d'Algérie
CNAC	Caisse Nationale de l'Allocation Chômage.
CNES	Centre National d'Etudes Spécialistes
CNRC	le Centre National du Registre du Commerce
CMT	Crédit a Moyen Terme
CPA	le Crédit Populaire d'Algérie
EI	Entreprise Individuelle
EURL	Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée.
FCE	Forum des Chefs d'Entreprises.
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
ME	Moyenne Entreprise.
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economiques
OMC	Organisation Mondiale du Commerce.
ONC	Office National des Statistiques
PE	Petite Entreprise.
PME	Petite et Moyenne Entreprise.
RAFA	Réseau Algérien des Femmes d'Affaires
SARL	Société à Responsabilité Limitée.
SEM	les Sociétés d'Economie Mixte
SNC	Société au Nom Collectif.
SPA	Société Par Actions.
TPE	Très Petite Entreprise.

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire distribué aux femmes entrepreneuses

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire fin d'études en master au sein de l'Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou portant sur la problématique du rôle des banques dans le financement des femmes entrepreneuses, où nous voulons recueillir des informations sur l'évaluation du secteur bancaire par les femmes entrepreneuses, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Les réponses recueillies auront une finalité strictement scientifique, et l'anonymat de l'entrepreneuse et l'entreprise seront sauvegardés.

Mettez une croix sur la case de la réponse, ou remplissez les espaces ci-joints. A noter que certaines questions auront multiple réponses.

1- Profils des entrepreneuses

1.1 Votre Age ?

Moins de 25 ans

De 25 à 30 ans

De 31 à 40 ans

Plus de 40 ans

1.2 Quel est votre niveau d'étude ?

Sans instruction

Primaire

Moyen

Secondaire

Études supérieures

Formation professionnelle

1.3 Avez-vous déjà travaillé avant de créer votre entreprise ?

Oui

Non

1.4 Quelles sont les situations qui ont déclenché le processus de création d'entreprise ?

Chômage
Travail insatisfait
Temps libre
Opportunité
Besoin d'autonomie professionnelle
Perte d'emploi
Argent à investir

2- profil des entreprises**2.1 Quel est le type de votre entreprise ?**

TPE (- de 10 salariés)
PE (10 à 49 salariés)
PME (50 à 249 salariés)

2.2 Quel est votre secteur d'activité ?

Agriculture
Industrie
Commerce
Artisanat
Profession libérale

2.3 Quelles étaient les contraintes rencontrées lors de la création de l'entreprise ?

Contraintes administratives
Le foncier industriel
Source de financement
Manque de main d'œuvre
La difficulté d'accès aux sources d'énergie (gaz, électricité...)
Peur des risques
Autre

3- sources financières de démarrage des entreprises

3.1 Quelle est la provenance du capital de départ de l'entreprise ?

Épargne personnelle

Héritage

Love money (financement d'amis ou de membres de la famille)

Subventions ou programmes gouvernementaux (ANSEJ –ANDI-CNAC)

Emprunt bancaire de l'entreprise

3.2 Pour celles à qui la provenance du capital est issue d'un organisme de soutien, de quel organisme s'agit-il ?

ANDI

ANSEJ

CNAC

4 – relations entreprises et les banques

4.1 Avez-vous un compte bancaire ?

Oui

Non

4.2 Avez-vous demandé un ou plusieurs prêts bancaires ?

Oui

Non

4.3 Quel est le nombre des crédits demandés ?

4.4 Si oui, quel est la durée des prêts demandés ?

Prêt à très court terme (jusqu'à 3 mois)

Prêt à court terme (jusqu'à 2 ans)

Prêt à moyen terme (jusqu'à 7 ans)

Prêt à long terme (jusqu'à 20 ans)

4.5 Quelles sont les garanties bancaires que la banque vous a demandé ?

Garanties personnelles

Garanties réelles

Garanties morales

4.6 avez-vous reçu un crédit bancaire ?

Oui

Non

4.7 Pour celles à qui la banque à refusé d'accorder les crédits, quels sont les causes évoquées par votre banquier ?

- Montant demandé trop élevé
- Manque d'expérience
- Mauvaise compréhension du projet
- Manque de garanties
- Trop de risque
- Autre

4.8 Si vous n'avez pas demandé des prêts bancaire, pourquoi ?

- Aucun besoin de financement
- Obtention de financement par d'autres moyens
- Financement au moyen des profits générés
- Peur d'essayer un refus Selon la religion, les intérêts sont interdits
- Parce que c'est difficile de rembourser le crédit bancaire

5- évaluation du secteur bancaire par les femmes entrepreneuses**5.1 Dans l'ensemble, quel est votre niveau de satisfaction générale par rapport aux services de financement obtenus de la part de votre banque ?**

- Très satisfaite
- Satisfaite
- Peu satisfaite
- Pas du tout satisfaite

5.2 Que pensez-vous des coûts de l'obtention du crédit bancaire (taux d'intérêt) ?

- Pas cher
- Acceptable
- Trop cher
- Ne sait pas

5.3 Est-ce que votre famille vous à encouragé à obtenir un financement bancaire?

- Oui
- Un peu
- Non

5.4 Pensez-vous qu'il existe une préférence pour les hommes par rapport aux femmes quant à l'octroi d'un prêt ?

Oui

Non

5.5 Votre entreprise a-t-elle vécu des problèmes particuliers dans ses rapports avec votre la banque ?

Refus de financement sans justification valable

A obtenu un financement moins élevé que désiré

Conditions générales de financement trop élevées (taux d'intérêt, garanties)

La procédure de traitement des dossiers lents

N'a pas vécu de problème particulier

5.6 Selon vous, votre banque appuie-t-elle les femmes entrepreneures (par ex. : programme spécial pour les femmes) ?

Oui

Non

Ne sais pas

Je vous remercie pour votre collaboration

*Annexe 2 : Questionnaire distribué aux banques***Lettre d'accompagnement**

Madame, monsieur,

Dans le cadre de préparation de notre mémoire de master en sciences Économiques, option : Economie Monétaire et Bancaire, sous la thématique; « *La contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses* », nous souhaitons enrichir notre recherche par le questionnaire ci-joint.

A cet effet, nous vous prions de bien vouloir répondre en remplissant le questionnaire. Et pour vous mettre à l'aise, nous nous engageons à garder l'anonymat de nos réponses.

Nous vous remercions d'avance pour votre collaboration.

MOKRANI Lydia

1- Nom de la Banque.....

2- Depuis quand votre banque à commencer à financer les femmes entrepreneuses ?

.....

3- Quel est le nombre de votre clientèle d'affaires féminines et masculines ?

.....

4- Quel est le montant moyen demandé par votre clientèle d'affaires féminine ?

.....

5- Quel est le pourcentage de la part des femmes entrepreneuses dans le crédit ?

Moins de 5 %

Entre 5 % et 9 %

Entre 10 % et 19 %

Entre 20 % et 29 %

Entre 30 % et 39 %

Entre 40 % et 49 %

Entre 50 % et 59 %

Entre 60 % et 69 %

Entre 70 % et 79 %

Entre 80 % et 89 %

90 % et plus

6- Quel est le nombre des crédits d'investissement et d'exploitation demandés par votre clientèle d'affaires féminin ?

Crédit d'investissement

crédit d'exploitation

7-Quels sont les taux d'intérêt appliquez-vous aux crédits d'investissements et d'exploitations ?

Crédit d'investissement

crédit d'exploitation

8- Quelles sont les garanties que vous demandez le plus souvent aux femmes entrepreneuses ?

Garanties réelles

Garanties personnelles

Garanties morales

9- Quels sont les secteurs d'activité financez-vous le plus souvent? (classez-les de 1 à 6)

Agriculture
Services
Commerce
Artisanat
Profession libérale
Industrie

10- Dans votre banque, quel est le pourcentage moyen d'acceptation de financement des projets entrepreneuriaux ?

Inférieur à 10% des projets
Entre 10 et 30%
Entre 30 et 50%
Entre 50 et 70%
Plus de 70% des projets

11- Quel est le taux d'acceptation et de refus des demandes de financement émanant des femmes entrepreneuses ?

% accepté

% rejeté

12- Quels sont en général les motifs avancés par votre Banque pour rejeter des demandes de crédits des femmes entrepreneuses? (classez-les de 1 à 3)

Montant demandé trop élevé
Mauvaise compréhension du projet
Investissement risque
Manque d'expérience
Manque de garanties
Autre

13- Quel est le degré d'importance des entreprises féminines dans votre banque ?

Pas importante
Importante
Très importante

14- En ce qui concerne le remboursement des crédits, votre banque a-t-elle rencontré des défaillances de remboursement ?

Clientèle masculine

Oui

Non

Si oui, quel est le nombre ?

.....

Clientèle féminine

Oui

Non

Si oui, quel est le nombre ?

.....

15- Votre banque a-t-elle développé une approche ou des services (ou produits) spécifiques aux femmes ?

Oui

Non

Si oui, quels sont ces produits ou services ?

.....

.....

.....

16- Croyez-vous que les femmes ont des caractéristiques entrepreneuriales différentes des hommes ?

oui

non

Justifiez votre choix

.....

.....

.....

.....

Je vous remercie pour votre collaboration

Table des matières

Table des matières

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Les femmes entrepreneuses comme clients potentielles des banques.....	7
Introduction	8
Section 01 : Aperçu sur les banques algériennes.....	8
1- Définition de la banque	8
1.1. Définition étymologique.....	8
1.2 Définition économique.....	8
1.3 Définition juridique	8
2-Les activités de la banque.....	9
2.1 Les activités d'intermédiation bancaire	10
2.2. La collecte de ressources	10
2.3 L'accord des crédits	10
2.4 Les activités de marché	11
2.5. Les prestations de services	11
3- les services de la banque	12
3.1 Le service caisse.....	12
3.2 Le service portefeuille	12
3.3 Le service crédit	12
3.3 Le service étranger	12
3.4 Le service contrôle	12
4- le rôle de la banque	12
5- les ressources de la banque	13
5.1 Les ressources internes	13
5.1.1 Capital versé	13
5.1.2 Rapport à nouveau.....	14
5.1.3 Les provisions	14
5.1.3.1 Provision réglementée	14
5.1.3.2 Provision pour risque et charge.....	14
5.2 Les ressources externes	14
5.2.1 Les dépôts	14
5.2.1.1 Dépôts à vue.....	14
5.2.1.2 Dépôts à terme	14
5.2.2 Les dettes	15
6- Typologie des banques	15
6.1. Banque centrale (banque d'Algérie)	15
6.2. Banque universelle	15
6.3. Banques primaires (banques commerciales).....	16
6.3.1 Banques de dépôts	16
6.3.2 Banques d'affaire	16
6.3.3 Banque de crédit à moyen et long terme	16
6.4. Les Banques islamiques.....	16
6.5 Banque privée	17
7- Les risques générés par les activités bancaires.....	17

7.1 Le risque d'insolvabilité	17
7.2 Le risque d'immobilisation.....	17
7.3 Le risque de taux d'intérêt	18
7.4 Le risque de change	18
7.5 Le risque de liquidité.....	19
7.6 Le risque de marché	19
7.7 Le risque systémique.....	19
Section02 : La banque et le financement des PME	19
1- définition de la PME	19
2- Typologies des PME	20
2.1 Classification selon la forme juridique	20
2.1.1. Les entreprises de secteur privé	20
2.1.1.1 Entreprise individuelle(EI)	20
2.1.1.2. Entreprise Sociétaire	21
2.1.2 Les entreprises du secteur public.....	22
2.1.2.1 Les régies	22
2.1.2.2 Les établissements publics	22
2.1.2.3 Les sociétés nationales	22
2.1.2.4 Les exploitants publics (la poste)	22
2.1.3 Les entreprises semi-publiques.	23
2.1.3.1 Les Sociétés d'Economie Mixte(SEM)	23
2.1.3.2 Les concessions	23
2.2 Classification selon la nature des produits	23
2.2.1 Les PME de production de biens de consommation	23
2.2.2 Les PME de production de biens intermédiaires	23
2.2.3 Les PME de production de biens d'équipement	23
2.3 Classification de la PME selon le domaine de leur activité	23
2.3.1 Classification sectorielle	24
2.3.1.1 Le secteur primaire.....	24
2.3.1.2 Le secteur secondaire	24
2.3.1.3 Le secteur tertiaire	24
2.3.2 Classification par branche d'activité	24
2.3.3 La classification par filière d'activité	24
3- Les besoins financiers des PME	25
3.1 Les besoins liés au cycle d'investissement	25
3.1.1 La notion d'investissement	25
3.1.2 La notion de cycle d'investissement	25
3.1.3 Les besoins de financement relatifs au cycle d'investissement	25
3.2 Les besoins liés au cycle d'exploitation	26
3.2.1 La notion du cycle d'exploitation.....	26
3.2.2 Les besoins de financement relatifs au cycle d'exploitation.....	26
3.2.2.1 Les stocks	26
3.2.2.2 Les besoins de trésorerie	26
3.2.3 La notion de besoin en fonds de roulement	27
3.2.3.1 les stocks	27
3.2.3.2 les créances d'exploitation	27

3.2.3.3 dettes d'exploitation	27
4- Les sources de financement des PME	27
4.1. Le financement interne	28
4.1.1. L'autofinancement	28
4.1.2. L'augmentation des fonds propres	28
4.1.3. Cession des éléments d'actifs	28
4.2. Le financement externe	29
4.2.1 Le financement externe direct (marché financier)	29
4.2.2 Le financement externe indirect (crédit bancaire)	29
4.2.2.1 crédits bancaires destinés au financement de l'exploitation	29
4.2.2.2 Le financement des investissements	33
5- La relation Banque-PME.....	35
5.2 L'intermédiation bancaire et comportement à l'égard des PME	35
5.3 Les attentes des PME dans leur relation avec les banques	35
5.4 Les attentes des banques dans leurs relations avec les PME	36
6- Les obstacles de financement et d'accès des PME aux crédits bancaires	37
6.1 Les obstacles d'accès des PME aux crédits bancaires	37
6.1.1 Le coût des crédits élevé.....	37
6.1.2 Délais de décision trop longs et critères de décision manquant de transparence	37
6.1.3 Discrimination faite par les banques sous prétexte d'asymétrie d'information	37
6.1.4 Rationnement du crédit	38
6.1.5 Des interlocuteurs bancaires qui changent trop souvent	38
6.1.6 Une méconnaissance des PME et une frilosité dans la prise de risque.....	38
6.2 Les obstacles de financement bancaire des PME	39
6.2.1 Problème d'asymétrie d'information et risques qui en découlent pour la Banque.....	39
6.2.1.1 Le risque de sélection adverse.....	39
6.2.1.2 Le risque d'aléa moral	39
6.2.2 Difficultés à fournir des prévisions fiables sur les perspectives de l'entreprise.....	40
6.2.3 Manque de fonds propres	40
6.2.4 Les problèmes liés aux dirigeants	40
6.2.5 Les difficultés liées aux facteurs humains	40
6.2.6 L'insuffisance des garanties.....	41
Conclusion du chapitre	42
Chapitre II : l'entrepreneuriat féminin : un nouveau phénomène qui progresse en importance	43
Introduction.....	44
Section 01 : l'Entrepreneuriat et la création d'entreprises	45
1- Définitions	45
1.1 Définition de l'entrepreneuriat	45
1.2 Définition de l'entrepreneur	45
2- Les caractéristiques de l'entrepreneur	46
2.1 Le profil de l'entrepreneur	46
2.2 Les compétences de l'entrepreneur.....	47

2.2.1 Compétences managériales typiques	47
2.2.1 Compétences sociales	48
2.2.3 Aptitudes personnelles	48
2.2.4 Compétences entrepreneuriales typiques	48
2.3 Les motivations à la voie entrepreneuriale.....	48
3- La culture entrepreneuriale.....	49
3.1 Définition de la culture entrepreneuriale	49
3.2 La culture entrepreneuriale.....	49
3.3 L'esprit d'entreprise.....	50
4- Les diverses formes d'entrepreneuriat.....	50
4.1 La création ex-nihilo.....	50
4.2 La création par essaimage.....	51
4.3 La création par franchise.....	51
4.4 La reprise d'entreprise.....	51
4.4.1 La reprise d'entreprise ou d'activité en bonne santé.....	51
4.4.2 La reprise d'entreprise ou d'activité en difficulté.....	52
5- La création d'entreprise	52
6- Le processus de création d'entreprise	52
6.1 Les caractéristiques psychologiques de l'individu	52
6.2 Les facteurs de discontinuité.....	53
6.3 L'opportunité d'affaire.....	53
6.4 La crédibilité de l'acte.....	53
6.5 La faisabilité de l'acte.....	56
7- L'impact de l'acte entrepreneurial	56
7.1 Entrepreneuriat et croissance économique	56
7.2 Entrepreneuriat et création d'emploi	55
7.3 Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises	55
7.4 Entrepreneuriat et innovation	55
Section 02 : Aperçu théorique sur l'entrepreneuriat féminin.....	55
1- définitions des concepts	55
1.1 L'entreprise.. ..	55
1.2 L'entrepreneuse féminine.....	56
2- caractéristiques des entreprises détenues par les femmes entrepreneuses.....	57
3- Les caractéristiques personnelles de l'entrepreneuse	58
3.1 L'âge.....	58
3.2 Le statut civil.....	59
3.3 L'influence du milieu familial.....	59
3.4 L'éducation.	59
3.5 Les expériences de travail.....	59
4- Les motivations des femmes à la création d'entreprise.....	59

4.1 Les facteurs de poussée « push ».....	60
4.2 Les facteurs positifs « pull »	60
5- La demande et l'offre de financement	60
5.1 La demande de financement par les femmes entrepreneuses	60
5.2 L'offre de financement par les banques	61
6- Initiatives des banques en faveur des femmes entrepreneuses.....	62
7- Obstacles au financement des femmes entrepreneuses.....	63
7.1 Obstacles liés au climat général des affaires	64
7.2 Obstacles liés aux caractéristiques de d'entreprise	64
7.2.1 Les sociétés détenues par les femmes sont de petite taille.....	64
7.2.2 Une présence importante dans le secteur des services.....	65
7.3 Obstacles liés au sexe	65
7.3.1 Modes de pensée non conventionnels.....	65
7.3.2 Valeurs sociales et culturelles.....	65
7.3.3 Responsabilités familiales.....	66
7.3.4 Manque de compétences en matière de gestion	66
7.3.5 Faiblesse de l'apport personnel nécessaire au démarrage de l'entreprise ou à la constitution d'une garantie.....	66
7.4 Asymétrie de l'information.....	66
8- L'importance économique et sociale de l'entrepreneuriat féminin	67
Section 03 : L'entrepreneuriat féminin en Algérie	68
1- Cadre du développement de l'entrepreneuriat féminin en Algérie.....	68
1.1 Système juridique et réglementaire et sa contribution à l'autonomisation économique des femmes	68
1.2. Lois et réglementation du travail et l'accès au marché du travail pour les femmes.....	68
1.3 Les associations des femmes entrepreneuses existante en Algérie	69
1.3.1 Association des Femmes Algériennes Chefs d'Entreprises « S E V E »	69
1.3.2 Association des Algériennes Managers et chefs d'Entreprises « AME ».....	70
1.3.3 Association des Femmes en Economie Verte « AFEV ».....	70
1.3.4 Réseau Algérien des Femmes d'Affaires « RAFA ».....	70
2- Evolution de l'emploi féminin en Algérie	71
3- Facteurs explicatifs de la progression féminine en matière d'emploi	73
3.1 Facteur démographique	73
3.2 Mutations économiques et socioculturelles résultantes de la crise économique de 1986.....	73
3.3 La hausse des qualifications chez les femmes	73
3.4 Le développement technologique et l'expansion du secteur tertiaire.....	73
3.5 La contribution de l'Etat	73
4- Entrepreneuriat féminin en Algérie en quelques chiffres.....	74

5- Profil des femmes entrepreneuses dans l'économie algérienne.....	75
5.1 Participation des femmes entrepreneuses aux programmes de financement	75
5.2 Programmes de financement spécifiques destinés aux entreprises appartenant aux femmes.....	76
6- Les obstacles à l'entrepreneuriat féminin en Algérie	76
Conclusion du chapitre.....	79
Chapitre III : Analyse des résultats des enquêtes portant sur la contribution des banques dans le financement des femmes entrepreneuses.....	80
Introduction.....	81
Section 01 : Méthodologie et ordonnancement des enquêtes	82
1- la population	82
2- L'échantillon.....	82
3- Le choix de l'échantillon	82
3.1 L'approche probabiliste (Aléatoire)	83
3.2 L'approche non probabiliste (Raisonnées ou empirique).....	83
4- Méthode de collecte de donnés.....	83
4.1 L'entretien	84
4.2 Le questionnaire	84
5- Evolution des enquêtes.....	85
5.1 Le questionnaire adressé aux entreprises.....	85
5.2 Le questionnaire adressé aux banques.....	85
6- analyse de l'information	85
7- Les obstacles rencontrés.....	85
Section 02 : Analyse et interprétation des résultats des enquêtes.....	86
1- l'enquête réalisées auprès des femmes entrepreneuses	86
1.1 Profils des femmes entrepreneuses	86
1.1.1 Répartition des entrepreneuses selon l'âge	86
1.1.2 Répartition des entrepreneuses selon leur niveau d'instruction	86
1.1.3 Répartition de la situation professionnelle avant la création de l'entreprise	87
1.1.4 Les situations qui ont déclenché le processus de création d'entreprise	88
1.2 Profils des entreprises	89
1.2.1 Répartition des entreprises selon leurs tailles.....	89
1.2.2 Répartition des entreprises selon le secteur d'activité	89
1.2.3 Les contraintes rencontrées lors de la création de l'entreprise.....	90
1.3 Sources financières de démarrage des entreprises	90
1.3.1 La provenance du capital de départ de l'entreprise	90
1.3.2 L'organisme de soutien	91
1.4 Relations entreprises féminine avec les banques	91
1.4.1 La détention d'un compte bancaire	91

1.4.2 La demande d'un crédit bancaire	92
1.4.3 Le nombre des crédits demandés	92
1.4.4 La durée des crédits demandés	93
1.4.5 Les garanties demandées par les banques	94
1.4.6 Nombre des entreprises qui ont reçu des crédits bancaires	94
1.4.7 Les causes des refus de financement évoqué par les banques	95
1.4.8 Les causes de la non-sollicitation des crédits bancaires par certaines femmes	95
1.5 Évaluation du secteur bancaire par les femmes entrepreneuses	95
1.5.1 Le niveau de satisfaction des entrepreneuses par rapport aux services de financement bancaire	95
1.5.2 L'avis des entrepreneuses sur les coûts des crédits bancaire (taux d'intérêt).....	95
1.5.3 L'influence de la famille sur la demande des crédits bancaires.....	97
1.5.4 L'avis des femmes sur l'existence d'une préférence pour les hommes par rapport aux femmes quant à l'octroi d'un prêt	98
1.5.5 Les problèmes des entrepreneuses rencontrés avec leurs banques.....	98
1.5.6 L'existence des programmes ou service bancaire spécial pour les femmes entrepreneuses, (les réponses sont selon les femmes)	99
2- l'enquête réalisées auprès des banques	99
2.1 Le nombre des banques interrogées.....	99
2.2 Les deux banques financent les femmes entrepreneuses depuis la création de leurs banques	99
2.3 Le nombre de leurs clientèles d'affaire	100
2.4 Le montant moyen demandé.....	100
2.5 La part des femmes entrepreneuses dans le crédit	100
2.6 Le nombre des crédits d'investissement et d'exploitation demandés par la clientèle d'affaires féminine.....	101
2.7 Les taux d'intérêt appliqués aux crédits d'investissements est d'exploitations par les deux banques	101
2.8 Les garanties demandées aux femmes entrepreneuses	102
2.9 Les secteurs d'activités les plus financé par les banques	102
2.10 Le pourcentage moyen d'acceptation de financement des projets entrepreneuriaux.....	103
2.11 Le taux d'acceptation et de refus des demandes de financement émanant des femmes entrepreneuses.....	103
2.12 Les motifs les plus avancés par les deux banques pour rejeter les demandes de financement émanant par les femmes entrepreneuses	103
2.13 Le degré d'importance des entreprises féminines pour les deux banques	104
2.14 Les défaillances de remboursements rencontrés par les deux banques	104
2.15 Les approches ou les services (ou produits) spécifiques aux femmes développé par les banques	105
2.16 Les caractéristiques entrepreneuriales des femmes	105
3- synthèses des enquêtes	106
3.1 L'enquête réalisées auprès des femmes entrepreneuses.....	106
3.2 L'enquête réalisées auprès des banques.....	108
Conclusion du chapitre	110
Conclusion générale	111
Bibliographie	115
Liste des tableaux	122

Table des matières

Liste des figures	124
Liste des Abréviations.....	125
Annexes	127
Table des matières.....	136

Résumé

L'entrepreneuriat féminin désigne les activités des femmes qui se prennent en charge, qui s'organisent pour créer des activités économiques rentables dans différents secteurs et c'est un acte de création de la richesse supplémentaire.

L'objet de notre mémoire consiste principalement à répondre à un certain nombre de questions, pour une bonne compréhension des caractéristiques des femmes entrepreneuses et de leurs entreprises, et de leurs degrés de rapprochement auprès des banques. En répondant à la question principale : *«Quels sont les principales caractéristiques des femmes entrepreneuses qui peuvent constituer des avantages et rendre plus favorables les banques à l'égard de leurs financements ? »*.

Nous avons fait une recherche bibliographique qui nous a permis de cerner notre étude théorique, ensuite, nous avons effectué deux études empiriques en élaborant deux questionnaires distribués aux femmes entrepreneuses et aux banques. Ces enquêtes nous ont permis de savoir et constituer un certain nombre de caractéristiques propre aux femmes entrepreneuses.

Mots clés : L'entrepreneuriat féminin, entreprise, banque, financement.

summary

Women's entrepreneurship refers to women's empowerment activities that organize themselves to create profitable economic activities in different sectors and is an act of creating additional wealth.

The purpose of our brief is primarily to answer a number of questions, for a good understanding of the characteristics of women entrepreneurs and their businesses, and their degree of reconciliation with banks. In answering the main question: **"What are the main characteristics of women entrepreneurs that can create benefits and make banks more supportive of their financing?"**.

We did a literature search that allowed us to identify our theoretical study, then we conducted two empirical studies by developing two questionnaires distributed to women entrepreneurs and banks. These surveys have allowed us to know and constitute a number of characteristics specific to women entrepreneurs.

Key words: Female entrepreneurship, business, banking, financing.